



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UN CENTRO ECOTURÍSTICO EN EL CANTÓN JOYA DE LOS
SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL
TÍTULO DE INGENIERA EN ECOTURISMO**

VÉLEZ PAREDES XIMENA ALEXANDRA

RIOBAMBA- ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TESIS CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO ECOTURÍSTICO EN EL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA**, de responsabilidad de la señora egresada **XIMENA ALEXANDRA VÉLEZ PAREDES**, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS



Ing. Catalina Verdugo Bernal

DIRECTORA



Ec. Flor María Quinchuela

MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Riobamba, febrero del 2016

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Ximena Alexandra Vélez Paredes, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 15 de febrero del 2016



Ximena Alexandra Vélez Paredes

Cédula de Ciudadanía: 220011275-9

TABLA DE CONTENIDOS

	Página
Tabla de contenidos	i
Lista de tablas	v
Lista de figuras.....	ix
Lista de anexos.....	xii
 I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO ECOTURÍSTICO EN EL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA.....	 1
II. INTRODUCCIÓN.....	1
A. JUSTIFICACIÓN.....	3
III. OBJETIVOS.....	4
A. OBJETIVO GENERAL	4
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
IV. HIPÓTESIS	5
A. HIPÓTESIS DEL TRABAJO	5
V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	6
A. TURISMO.....	6
B. ECOTURISMO	7
C. CENTRO ECOTURÍSTICO	9
D. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	10
E. ESTUDIO DE MERCADO	12
1. Segmentación del mercado.....	12
2. Determinación de fuentes de información	13
3. Análisis de la demanda.....	15
4. La oferta	16
5. Análisis de la oferta.....	18
6. Análisis de la competencia.....	18

F. ESTUDIO TÉCNICO	19
1. Definición.....	19
2. Etapas del estudio técnico	19
3. Canales de distribución	20
4. Estrategias de promoción y publicidad	20
5. Determinación del precio del producto	20
6. Marca de la empresa.....	21
G. EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL	23
1. Matriz Lázaro Lagos.....	24
H. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL	27
1. Estudio administrativo.....	27
2. Estudio legal	28
I. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE UN PROYECTO.....	28
J. EVALUACIÓN ECONÓMICA - FINANCIERA	30
1. Evaluación económica.....	31
2. Evaluación financiera	36
VI. MATERIALES Y MÉTODOS.....	38
A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR	38
1. Localización	38
2. Ubicación geográfica	39
3. Límites.....	39
4. Características climáticas	39
5. Clasificación ecológica	40
6. Características del suelo	40
7. Materiales y métodos	40
B. METODOLOGÍA	41
VII. RESULTADOS.....	48
A. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL.....	48
1. Universo de estudio.....	48
2. Cálculo de la muestra	48
3. Caracterización de la demanda	50

4. Definición del perfil del visitante.....	82
5. Proyección de la demanda actual	84
6. Proyección de la demanda potencial	84
7. Análisis de la oferta.....	86
8. Análisis de la competencia.....	118
9. Confrontación de la oferta y la demanda	121
B. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD TÉCNICA	125
1. Planificación y diseño técnico	125
2. Estudio de mercadotecnia	172
C. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD AMBIENTAL Y SOCIOCULTURAL	190
1. Descripción de componentes ambientales susceptibles a recibir cambios	190
2. Identificación de las actividades que pueden causar impacto	193
3. Matriz Lázaro Lagos.....	197
4. Matriz evaluación Lázaro Lagos	199
5. Evaluación de la matriz de Lázaro Lagos	200
6. Plan de mitigación	202
D. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA LEGAL	204
1. Estudio legal	204
2. Estudio administrativo.....	220
3. Manual de funciones.....	222
4. Reglamento de visitantes y empleados	239
E. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA - FINANCIERA	246
1. Análisis económico	246
a. Inversiones del proyecto.....	246
b. Fuentes y usos del proyecto.....	247
c. Cálculo del pago de la deuda	248
d. Depreciación de activos fijos	249
e. Amortización de activos diferidos.....	250
f. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto	250

g. Determinación del precio de la habitación	251
h. Estructura de ingresos.....	252
i. Estado de resultados	253
j. Balance general	254
k. Flujo de caja	255
l. Punto de equilibrio	256
2. Evaluación financiera	257
a. Valor actual neto.....	257
b. Tasa interna de retorno	258
c. Periodo de recuperación	258
VIII. CONCLUSIONES.....	259
IX. RECOMENDACIONES.....	260
X. RESUMEN.....	261
XI. SUMMARY.....	262
XII. BIBLIOGRAFÍA.....	263
XIII. ANEXOS	265

LISTA DE TABLAS

Nº	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	Modelo matriz Lázaro Lagos	46
2	Edad de los turistas nacionales	50
3	Género de los turistas nacionales	51
4	Lugar de procedencia de los turistas nacionales	52
5	Nivel de instrucción turistas nacionales.....	53
6	Días predispuestos a viajar por turistas nacionales.....	54
7	Motivación para realizar un viaje turistas nacionales	55
8	Conocimiento del lugar por turistas nacionales	56
9	Aceptación para la implementación del Centro Ecoturístico.....	57
10	Servicios preferidos por turistas nacionales.....	58
11	Actividades preferidas por turistas nacionales.....	59
12	Comida preferida por turistas nacionales.....	60
13	Número de personas con las que realizar un viaje turistas nacionales	61
14	Frecuencia de visita al lugar turistas nacionales	62
15	Presupuesto a gastar por día y por persona turistas nacionales	63
16	Forma de viaje turistas nacionales	64
17	Medios de comunicación que utilizan turistas nacionales.	65
18	Edad de los turistas extranjeros	66
19	Género de los turistas extranjeros	67
20	Lugar de procedencia de los turistas extranjeros	68
21	Nivel de instrucción turistas extranjeros.....	69
22	Días predispuestos a viajar por turistas extranjeros	70
23	Motivación para realizar un viaje turistas extranjeros	71
24	Conocimiento del lugar por turistas extranjeros	72
25	Aceptación para la implementación del Centro Ecoturístico.....	73
26	Servicios preferidos por turistas extranjeros.....	74
27	Actividades preferidas por turistas extranjeros.....	75

28	Comida preferida por turistas extranjeros.....	76
29	Número de personas con las que realizar un viaje turistas extranjeros	77
30	Frecuencia de visita al lugar turistas extranjeros.....	78
31	Presupuesto a gastar por día y por persona turistas extranjeros	79
32	Forma de viaje turistas nacionales	80
33	Medios de comunicación preferidos	81
34	Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera	85
35	Instituciones públicas.....	110
36	Atractivos naturales del cantón Joya de los Sachas	111
37	Atractivos culturales del cantón Joya de los Sachas.....	113
38	Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Joya de los Sachas	116
39	Establecimientos de recreación, diversión.....	118
40	Cabaña Lago Verde	119
41	Hostería Capirona Lodge	119
42	Registro anual de turistas	120
43	Proyección de la demanda potencial para el alojamiento	121
44	Proyección de la oferta potencial para el alojamiento	122
45	Demanda inatisfecha proyectada para el alojamiento.....	123
46	Demanda objetivo proyectada para el alojamiento.....	124
47	Demanda objetiva	127
48	Preferencia de servicios por la demanda nacional.	128
49	Prefrencia de servicios turísticos por la demanda extranjera.....	128
50	Preferencia de actividades por la demanda nacional	129
51	Preferencia de acitividades por la demanda extranjera.....	130
52	Consumo aparente de la demanda nacional	131
53	Consumo aparente de la demanda extranjera	131
54	Áreas del Centro Ecoturístico	132
55	Tipo de habitación	146
56	Sembríos existentes.....	149
57	Plantas frutales.....	150
58	Plantas medicinales.....	150

59	Plantas para reforestar.....	151
60	Plantas ornamentales.....	151
61	Presupuesto para la construcción del Centro Ecoturístico.....	156
62	Rubro de infraestructura turística	156
63	Activos fijos del área productiva	162
64	Inversiones diferidas	165
65	Insumos y materiales para el área productiva.....	166
66	Materia prima para el área de alimentación.....	167
67	Mano de obra directa para el área productiva.....	170
68	Mano de obra indirecta para el área productiva.....	171
69	Mano de obra indirecta	171
70	Servicios básicos.....	172
71	Tipografía.....	176
72	Activos fijos para el área comercial.....	185
73	Inversiones diferidas para el área comercial.....	187
74	Insumos y materiales para el área comercial	188
75	Gastos del área comercial	189
76	Talento humano y remuneración económica para el área comercial.....	189
77	Matriz Lázaro Lagos.....	197
78	Matriz evaluación Lázaro Lagos.....	199
79	Plan de mitigación	202
80	Resumen de la fundamentación legal	216
81	Requisitos para la creación de la empresa	217
82	Requisitos para el funcionamiento de la empresa.....	217
83	Activos fijos para el área administrativa.....	218
84	Materiales e insumos para el área administrativa	218
85	Talento humano y remuneración económica para el área administrativa.....	219
86	Perfil para el cargo de gerente	222
87	Perfil para el cargo de recepcionista	224
88	Perfil para el cargo de ama de llaves	226
89	Perfil para el cargo de camarera de pisos	228

90	Perfil para el cargo de chef de cocina	230
91	Perfil para el cargo de cocinero polivalente.....	232
92	Perfil para el cargo de mesero polivalente.....	234
93	Perfil para el cargo de ayudante/ auxiliar de servicios generales	235
94	Perfil para el cargo de chofer	237
95	Inversiones del proyecto	246
96	Fuentes y usos del proyecto	247
97	Financiamiento del proyecto.....	248
98	Cálculo del pago de la deuda	248
99	Depreciación de activos fijos.....	249
100	Amortización de activos diferidos	250
101	Estructura de costos y gastos parala vida útil del proyecto	250
102	Precio de la habitación.....	251
103	Estructura de ingresos de los turistas nacionales	252
104	Estructura de ingresos de los turistas extranjeros	252
105	Estructura de ingresos totales	252
106	Estado de resultados.....	253
107	Balance general.....	254
108	Flujo de caja.....	255
109	Punto de equilibrio	256
110	Valor actual neto.....	257
111	Tasa interna de retorno	258
112	Periodo de recuperación.....	258

LISTA DE FIGURAS

Nº	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	Ubicación del cantón La Joya de los Sachas	38
2	Edad de los turistas nacionales	50
3	Género de los turistas nacionales	51
4	Procedencia de los turistas nacionales	52
5	Nivel de instrucción de los turistas nacionales	53
6	Días predispuestos para viajar por turistas nacionales.....	54
7	Motivo del viaje de los turistas nacionales	55
8	Conocimiento del lugar por turistas nacionales	56
9	Aceptación para la implementacion del Centro Ecoturístico.....	57
10	Servicios preferidos por turistas nacionales.....	58
11	Actividades preferidas por turistas nacionales.....	59
12	Preferencia gastronómica turistas nacionales	60
13	Numero de acompañantes co los que viajan los turistas nacionales	61
14	Frecuencia de visita turistas nacionales	62
15	Presupuesto a gastar turistas nacionales	63
16	Forma de viaje de turistas nacionales	64
17	Medios de comunicación que utilizan turistas nacionales	65
18	Edad de los turistas extranjeros	66
19	Género de los turistas extranjeros	67
20	Procedencia de los turistas extranjeros	68
21	Nivel de instrucción turistas extranjeros.....	69
22	Días predispuestos para viajar por turistas extranjeros.....	70
23	Motivo del viaje de los turistas extranjeros	71
24	Conocimiento del lugar por turistas extranjeros	72
25	Aceptación para la implementacion del Centro Ecoturístico.....	73
26	Servicios preferidos por turistas extranjeros.....	74
27	Actividades preferidas por turistas extranjeros.....	75

28	Preferencia gastronómica turistas extranjeros	76
29	Numero de acompañantes co los que viajan los turistas extranjeros	77
30	Frecuencia de visita turistas extranjeros	78
31	Presupuesto a gastar turistas extranjeros	79
32	Forma de viaje de turistas extranjeros	80
33	Medios de comunicación que ulitizan turistas extranjeros	81
34	Mapa de ubicación del cantón Joya de los Sachas	125
35	Mapa de ubicación de la parroquia Tres de Noviembre	126
36	Distribución de las áreas	134
37	Planimetría del área de construcción	135
38	Implantación	136
39	Perspectiva admininstración	137
40	Planta 3D. Administración	137
41	Perspectiva vivienda del admininstrador	138
42	Planta 3D. Vivienda del administrador.....	138
43	Perspectiva vivienda de guías	139
44	Planta 3D. Vivienda de guías.....	139
45	Perspectiva choza típica.....	140
46	Planta 3D. Choza típica	140
47	Perspectiva 1 y 2 juegos infantiles.....	140
48	Cocina - comedor.....	141
49	Perspectiva cabaña Suite Matrimonial.....	142
50	Planta 3D. Cabaña Suite Matrimonial	142
51	Perspectiva cabaña Familiar	143
52	Planta 3D. cabaña Familiar.....	143
53	Cabaña bloque 8 personas.....	144
54	Plano 3D. Cabaña ploque 8 personas.....	144
55	Flujograma servicio de hospedaje.....	157
56	Flujograma del proceso de alimentación	158
57	Flujograma del proceso de huerto ecológico	159
58	Flujograma del servicio de pesca deportiva.....	160

59	Flujograma del servicio de ciclismo	161
60	Logotipo de la empresa	175
61	Tarjeta de presentación	178
62	Hoja membretada	178
63	Carpeta	179
64	Bolsa	179
65	Diseño de la página web	181
66	Página en facebook	182
67	Diseño de volantes	183
68	Diseño de taza	183
69	Diseño de camisetas	184
70	Organigrama estructural	220
71	Organigrama funcional	221

LISTA DE ANEXOS

Nº	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
1	Modelo de la encuesta realizada a turistas nacionales	265
2	Modelo de la encuesta realizada a turistas extranjeros.	268
3	Recetas para el menú de alimentación	272
4	Diseño de señalética	281

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO ECOTURÍSTICO EN EL CANTÓN JOYA DE LOS SACHAS, PROVINCIA DE ORELLANA.

II. INTRODUCCIÓN

El turismo a nivel mundial se ha convertido en uno de los principales sectores generadores de divisas para los países que lo desarrollan. Son cada vez más los turistas que desean visitar nuevos lugares donde puedan relajarse, disfrutar de la naturaleza, la aventura, el deporte, así como conocer la historia, la cultura y las costumbres de otros pueblos; dando origen al Ecoturismo, razón por la cual en los últimos años ha alcanzado un auge considerable.

El Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad natural y cultural, tomando en cuenta su superficie de solo 256.370 km² y debido a la distribución de sus 4 regiones: Costa, Sierra, Oriente e Insular hace que forme parte de uno de los 11 países mega-diversos a nivel mundial.

El turismo representa para el Ecuador un 2% del PIB, el potencial turístico se basa en su alta diversidad en términos de cultura, paisajes, sitios históricos y riqueza natural. De acuerdo a un estudio sobre competitividad, la fortaleza del país en el mercado internacional radica en su acervo natural y en los valores culturales de sus habitantes. (Plandetur 2020, 2007).

El ecosistema amazónico, en especial su bosque lluvioso tropical, es considerado uno de los hábitats vegetales y animales más ricos y complejos del mundo. Siendo la región boscosa más grande del planeta, la Amazonía es también extremadamente importante como el mayor

productor de oxígeno. La variedad de macro y micro hábitats es asombrosa, desde pantanosos lagos hasta el bosque de tierra firme que parece interminable. (Benalcazar, 2015).

La provincia de Orellana posee un inigualable potencial turístico, caracterizado por el Parque Nacional Yasuní, uno de los santuarios de vida animal y vegetal de la Amazonía, que por ser un espacio de gran biodiversidad, en 1979 fue declarado Reserva de Biósfera por la UNESCO.

El cantón Joya de Los Sachas, cuenta con atractivos naturales y culturales en los que sobresalen las cascadas, lagos, lagunas, ríos, balnearios, su rica diversidad gastronómica, así como representaciones étnicas y culturales que constituyen un potencial turístico de gran importancia para realizar actividades de turismo ecológico, comunitario, agroturismo, de aventura, gastronómico, entre otros.

Por lo que el presente trabajo propone la implementación del Centro Ecoturístico como una manera de destacar materiales propios de la zona en la construcción y del provecho de los recursos naturales y culturales de la zona, utilizados bajo una consciencia de respeto y amor por la naturaleza.

A. JUSTIFICACIÓN

Para que el desarrollo del turismo sea socialmente justo, económicamente rentable y ambientalmente equilibrado, se requiere de la participación de autoridades, técnicos y población trabajando participativa y conjuntamente por un bien común.

La implementación de un Centro Ecoturístico en este sector responde a la iniciativa privada. En el ámbito social el proyecto promoverá la generación de nuevos puestos de trabajo así como la activación de la economía local, debido a que abre nuevos mercados.

Teniendo como fin mejorar el desarrollo sostenible del turismo en el cantón La Joya de los Sachas, el proyecto ayudará a mejorar e impulsar el desarrollo turístico ordenado del lugar. Este trabajo de investigación es un aporte fundamental para satisfacer las necesidades socioeconómicas y turísticas de la demanda.

En el cantón Joya de los Sachas no existe un Centro Ecoturístico adecuadamente conformado. Es decir, hay mercado pero no hay oferta y los establecimientos turísticos que se encuentran en el cantón prestan sus servicios al sector petrolero y su actividad han venido desarrollando mayoritariamente comercial y escasamente turística. Sin embargo de ello, en la actualidad se hace vigente proponer alternativas complementarias a este sistema, debido a la situación del de petróleo en baja lo que está ocasionando pérdidas al cantón.

Debido a esto se ha visto pertinente y necesario realizar un estudio para determinar si es factible la creación de un Centro Ecoturístico en este lugar, puesto que cuenta con una enorme biodiversidad de especies de flora y fauna, además de bellos paisajes que acompañados de los servicios necesarios podrían formar un excelente producto para ofertar.

III. OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

1. Determinar la factibilidad para la implementación de un Centro Ecoturístico en el cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar la viabilidad comercial.
2. Determinar la viabilidad técnica.
3. Determinar la viabilidad ambiental y sociocultural.
4. Determinar la viabilidad administrativa legal.
5. Determinar la viabilidad económica – financiera.

IV. HIPÓTESIS

A. HIPÓTESIS DEL TRABAJO

Existe factibilidad para la implementación de un Centro Ecoturístico en el cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. TURISMO

1. Definición

Es un movimiento migratorio temporal, por tierra, mar o aire, que desplaza a los turistas de un punto geográfico a otro. Pudiendo desarrollarse dentro o fuera del país. En un viaje turístico lo importante es el desplazamiento mismo y el destino. Un turista puede estar interesado en la belleza natural de un lugar, en su gente, en su gastronomía o en las obras culturales del lugar, las realizaciones productivas. (Rodríguez, 2009).

a. Turismo sostenible

Aquel que cumple con las siguientes directrices:

Dar un uso óptimo a los recursos naturales aptos para el desarrollo turístico, ayudando a conservarlos con apego a las leyes en la materia;

Mientras que para el Gobierno de Aragón (2005). El turismo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.

B. ECOTURISMO

Se considera ecoturismo a la modalidad turística ejercida por personas naturales, jurídicas o comunidades legalmente reconocidas, previamente calificadas para tal efecto, a través de una serie determinada de actividades turísticas, en áreas naturales, que correspondan o no al Sistema Nacional de Áreas Protegidas, con el objeto de conocer la cultura de las comunidades locales afincadas en ellas y la historia natural del ambiente que las rodea. Dichas actividades se ejercerán con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y deberán generar oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado.

Las políticas nacionales de ecoturismo, serán coordinadas por el Ministerio de Turismo, sometándose a las siguientes políticas y principios generales que tendrán el carácter de permanentes:

- a. Establecer mecanismos de concertación intersectorial que logren coordinar y armonizar los diversos intereses y acciones de los actores involucrados en el ecoturismo;
- b. Incorporar y reconocer la cosmovisión y la cultura de las comunidades locales en el desarrollo de productos de ecoturismo, en su forma de organización y manejo, en la formulación de políticas, en la planificación relacionada y en la promoción;
- c. Formular sobre la base de una participación intersectorial y multidisciplinaria los correspondientes planes de desarrollo del sector de ecoturismo, donde se encuentren definidos:

- c. 1. Criterios de conservación de las áreas naturales protegidas en relación a sus respectivos planes de manejo;
- c.2. Modelos de participación de las comunidades locales en el manejo y operación de las actividades de ecoturismo;
- c.3. Niveles de responsabilidad de las personas naturales y jurídicas, públicas y privadas, con y sin finalidades de lucro; y,
- c.4. Ámbito de participación de las organizaciones no gubernamentales;
- d. Impulsar el desarrollo y la Oración de las herramientas administrativas que sean necesarias, tales como los registros integrales públicos de la oferta de actividades calificadas como de ecoturismo en el territorio nacional;
- e. Impulsar la formulación de un Código de Ética de Ecoturismo y directrices para orientar el desarrollo de la actividad;
- f. Establecer la zonificación del espacio turístico nacional, para definir dentro de ellas, las áreas de manejo de ecoturismo;
- g. Promover la certificación de la oferta de ecoturismo nacional en áreas naturales sobre la base de un compromiso con la conservación y un sentido de responsabilidad social;
- h. Promover la iniciativa de biocomercio entre las personas naturales, jurídicas y las comunidades locales;

- i. Asegurar por medio de estas políticas de ecoturismo y los mecanismos del Ministerio de Turismo, que el ecoturismo promueva la conservación de los recursos naturales y la prevención de la contaminación ambiental los cuales son de importancia primordial para la supervivencia de las comunidades locales y para sustentar las actividades de ecoturismo;
- j. Fomentar la reinversión de los beneficios económicos generados por el ecoturismo en el manejo y control de las áreas naturales y en el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones locales;
- k. Fortalecer a las comunidades locales en el establecimiento de mecanismos de manejo de los recursos naturales, de actividades de conservación y de turismo que se realizan dentro de las áreas naturales;
- l. Promover actividades de capacitación dirigidas a los miembros de comunidades locales en actividades calificadas como de ecoturismo. En tales procesos debe existir un intercambio de conocimientos entre las comunidades y los demás actores de la actividad; y,
- m. Fomentar el ecoturismo en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas, en función de sus planes de manejo y su desarrollo. (REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS, 2008).

C. CENTRO ECOTURÍSTICO

Los Centros Ecoturísticos, usualmente se localizan en o muy cerca de áreas naturales (protegidas legalmente o no) que frecuentemente tienen acceso difícil y un relativo aislamiento y que, desde luego, se caracterizan por un equilibrio ecológico muy delicado y vulnerable.

D. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Según ARAGUA (2013): La Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

1. Operativo.
2. Técnico.
3. Económico.

a. Estudio de factibilidad

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación (ARAGUA, 2013).

b. Objetivos de un estudio de factibilidad

La investigación de factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos (Aragua, 2013).

Estableciendo los siguientes objetivos:

- 1) Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos.
- 2) Cubrir las metas con los recursos actuales en las áreas técnicas, económicas y operativas.

1. Recursos de los estudios de Factibilidad

Según Aragua, (2013): “La determinación de los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerando los objetivos que se establezcan, estos recursos se analizan en función de tres aspectos”:

- 1) Factibilidad operativa.
- 2) Factibilidad técnica.
- 3) Factibilidad Económica.

2. Presentación de un estudio de factibilidad.

Un estudio de factibilidad requiere ser presentado con todas las posibles ventajas para la empresa u organización, pero sin descuidar ninguno de los elementos necesarios para que el proyecto funcione.

Para esto dentro de los estudios de factibilidad se complementan dos pasos en la presentación del estudio:

- a. Requisitos Óptimos: se refiere a presentar un estudio con los requisitos óptimos que el proyecto requiera, estos elementos deberán ser los necesarios para que las actividades y resultados del proyecto sean obtenidos con la máxima eficacia (ARAGUA, 2013).
- b. Requisitos Mínimos: consiste en un estudio de requisitos mínimos necesarios que el proyecto debe tener para obtener las metas y objetivos, este paso hace uso de los recursos disponibles de la empresa para minimizar cualquier gasto o adquisición adicional (ARAGUA, 2013).

E. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados (Núñez, 2011).

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprará un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos (Núñez, 2011).

Según Contreras, (2011); El estudio de mercado es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo.

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

1. Segmentación del mercado.

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing (Tierra, P. 2010).

El comportamiento del consumidor suele ser demasiado complejo como para explicarlo con una o dos características, se deben tomar en cuenta varias dimensiones, partiendo de las necesidades de los consumidores (Tierra, P. 2010).

Se recomienda pues, presentar ofertas de mercado flexibles al segmento de mercado. La oferta de demanda flexible consiste en: Una solución que conste de elementos del producto y servicio que todos los miembros del segmento valoran y opciones que solo unos cuantos valoren, cada opción implica un cargo adicional (Tierra, P. 2010).

2. Determinación de fuentes de información.

En la recopilación de la información se puede utilizar dos tipos de fuentes según (Córdoba, 2006):

a. Fuentes primarias

Las fuentes primarias de información están constituidas por el mismo usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener la información directamente de él es necesario entrar en contacto directo. Entre las que se tienen la observación, entrevista, encuesta, paneles, mesas redondas, etc.

1) La observación

En su desarrollo se debe contar con una guía de observaciones y se deben hacer anotaciones en un diario de campo.

2) La entrevista

Puede ser abierta, semi estructurada y estructurada, la ventaja de la entrevista es que las preguntas puede ser flexibles, las respuestas son espontáneas, se aclaran confusiones y hay mayor percepción, las desventajas que las preguntas pueden ser sugestivas del entrevistador, se puede presentar un acondicionamiento de las respuestas, pueden ser impulsivas, puede darse la inhibición del entrevistado y el método es más costoso.

3) La encuesta

Es un cuestionario que requiere preparación, ya que el mismo debe contener toda la información, todo lo que el investigador desea saber del encuestado.

4) El muestreo

En las fuentes directas hay que seleccionar un grupo respectivo, el tamaño de la muestra y el método de muestreo. Se basa en el cálculo de probabilidades e implica selección aleatoria como: sorteos estratificados, grupos, áreas o regiones.

b. Fuentes secundarias

Se denomina fuentes secundarias aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema, ya sean estadísticas del gobierno, libros, datos de la propia empresa y otras, entre las razones que justifican su uso se pueden citar las siguientes:

- 1) Pueden solucionar el problema sin necesidad que se obtenga información de fuentes primarias y, por eso, son las primeras que deben buscarse.

- 2) Sus costos de búsqueda son muy bajos, en comparación con el uso de fuentes primarias.
- 3) Aunque no resuelven el problema, pueden ayudar a formular hipótesis sobre la solución contribuir a la planeación de la recolección de datos de fuentes primarias.

Existen dos tipos de fuentes secundarias:

a) Fuentes externas

Son aquellas ajenas a la empresa como las estadísticas de las cámaras sectoriales, del gobierno. Las revistas especializadas, etc.

b) Fuentes internas

Son aquellas provenientes de la empresa, como es toda información que recibe a diario por el solo funcionamiento de la empresa, como son las facturas de ventas, esta información no sólo puede ser útil, sino la única disponible para el estudio.

3. Análisis de la demanda

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos.

A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

Se entiende por Análisis de la demanda a la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de producto o servicio objeto de su idea. En definitiva, hay que entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda (Contreras, 2005).

4. La oferta

La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de estos, aquí los adquiera. Así, se habla de una oferta individual, una de mercado o una total. En el análisis de mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente del bien o servicio que se desea introducir al circuito comercial, para determinar si los que se proponen colocar en el mercado cumplen con las características deseadas por el público. (Eli, 2005).

Dada la evolución de los mercados, existen diversas modalidades de oferta, determinadas por factores geográficos o por cuestiones de especialización. Algunos pueden ser productores o prestadores de servicios, otros pueden ser agrupados o bien, lo más frecuente es ofrecer un servicio o producto como uno mismo de los muchos participantes en el mercado. (Eli, 2005).

En el primer caso referido como el de especialización, se trata de monopolios, donde uno solo es oferente en una localidad, región o país, lo cual le permite imponer los precios en función de su exclusivo interés, sin tener que preocuparse por la competencia. A ello, el público consumidor lo puede responder con un mayor o menor consumo, limitado por sus ingresos.

Para los casos de un cierto número restringido de oferentes, que se ponen de acuerdo entre ellos para determinar el precio de mercado, se les conoce como el oligopolio. Muy similar al

caso anterior, el consumidor no afecta el mercado, pues su participación igualmente se ve restringida por su capacidad de compra. (Eli, 2005).

El último caso, el de mercado libre, es aquí donde interviene la actuación del público que puede decidir si compra o no un bien o servicio por cuestión de precio, calidad, volumen o lugar. Bajo esta precisión, el conjunto de oferentes de un mismo bien o servicio, inclusive de un producto sustituto, debe estar atento en poder vender, de conformidad con las reacciones de los clientes quienes, por su parte, tienen la posibilidad de cambiar de producto o de canal de distribución como les convenga. De ese modo, los compradores influyen sobre el precio y la calidad de los bienes o servicios. Esta doble actuación supone una regulación automática de los mercados, por ello, los oferentes deben velar permanentemente por su actualización a modo de no quedar rezagados en calidad, oportunidad, volumen o precio.

El hablar de estas características tiene por objeto que el empresario, deseoso de poner un negocio en este giro, pueda calibrar el tipo de mercado existente en cuanto a la oferta y así determinar si le conviene o no aventurarse. (Eli, 2005).

Es igualmente posible que al iniciar esta parte del trabajo, el futuro inversionista advierta la inconveniencia de proseguir y el estudio le habría servido para no arriesgar en una empresa que fuera a resultar improductiva. La decisión que tome no dependería exclusivamente de la participación en un mercado libre, sino que puede proponerse romper un monopolio o un oligopolio locales, lo cual tendría su grado de dificultad, pero puede lograrse. No así, si deseara competir con un gran monopolio de Estado cuya actuación frecuentemente es social y que no obedece a una dinámica del mercado.

En lo relativo al estudio de la oferta, para este giro, se debe conocer quienes están ofreciendo ese mismo bien o servicio, aún los sustitutos en la plaza donde se desea participar, con el objeto de determinar que tanto se entrega al mercado, que tanto mismo puede aceptar éste,

cuáles son las características de lo suministrado y el precio de venta prevaleciente. El estudio debe tener la cantidad de empresas participantes, los volúmenes ofrecidos en la zona y el precio promedio al que se vende.

En este punto, es conveniente realizar un cuadro comparativo entre los distintos tipos de oferentes con sus diversos bienes o servicios, comparar sus precios y la calidad ofrecidos, d preferencia investigar acerca de los potenciales de producción, o sea saber si pueden ofrecer en mayores volúmenes y hacer un mapeo de la distribución en la zona de interés, respecto del giro que se propone instalar. (Eli, 2005).

5. Análisis de la oferta

Estudia las cantidades que suministran los productos del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a la situación actual y futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia exigentes (Contreras, 2005).

6. Análisis de la competencia

La competencia es considerada como aquellas empresas o proyectos que producen bienes y/o servicios (productos) similares a los que se quieren poner en el mercado. Es la oferta inmediatamente sustitutiva. (Muñoz, 2006).

Para analizar a los competidores, es necesario elaborar un instrumento que le permita coleccionar información para saber sus nombres, su ubicación, conocer la cantidad de clientes que están atendiendo, cuales son los precios, cuales son los canales de distribución, cuales

son los medios de promoción y publicidad que emplean, cuales son las formas de cobro que emplean, donde compran las materias primas, cuál es el proceso productivo que emplean, cuáles son sus fortalezas, cuáles son sus ventajas competitivas, cuáles son sus desventajas, cuáles son sus debilidades. (Muñoz, 2006).

F. ESTUDIO TÉCNICO

1. Definición

Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles (medibles). El proyecto debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse (Aragua. 2013).

Según Rosales (2005): Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas.

Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

2. Etapas del estudio técnico.

Según Portales (2011): Establece las siguientes etapas dentro del estudio técnico:

- a. Objetivo
- b. Tecnología
- c. Determinación del tamaño del proyecto
- d. Determinación de la localización del proyecto.
- e. Unidad productora: Procedimiento técnico utilizado
- f. Determinación de la organización humana y jurídica para la operación del proyecto.

3. Canales de distribución

Está determinada por la capacidad financiera del proyecto, ubicación del consumidor o usuario, tipo de producto y factores diversos (legislación, convenios, tradicionales). En la distribución se tiene en cuenta la posición en el mercado, área de influencia, regionalización, variedad de oferta, sistemas de ventas y comportamientos, la distribución establece el medio por el cual el producto pasará del productor al consumidor final.

4. Estrategias de promoción y publicidad

La selección de los medios publicitarios depende de la ubicación de los consumidores, su nivel de educación, el grado de desarrollo de la zona de influencia del proyecto y el tipo de producto que se vendrá. La publicidad debe estar acompañada de campañas promocionales, que estimulen al cliente, como la de “paga dos lleve tres”, o entregar un artículo adicional al hacer la compra.

5. Determinación del precio del producto

Se ha hecho referencia antes a los precios como precios relativos, esto es aún más importante para comprender la forma en que el sistema de precios soluciona el problema de asignación básica de recursos. En el sentido amplio de la palabra, el precio relativo de un producto se

define como el precio de dicho producto expresado en función de la cantidad prescindida de otros para adquirir una unidad del producto en cuestión. Para establecer los precios relativos debe efectuarse una comparación con otros precios, casi todos los modelos económicos, como la oferta y la demanda relacionan el comportamiento individual con variaciones en los precios relativos no absolutos (Córdoba, 2006).

6. Marca de la empresa

En términos generales, la marca, además de ser un signo de propiedad de empresas y organizaciones, permite a los compradores 1) identificar con mayor rapidez los bienes o servicios que necesitan o desean, 2) tomar decisiones de compra más fácilmente y 3) sentir la seguridad de que obtendrán una determinada calidad cuando vuelvan a comprar el producto o servicio. Por otra parte, y desde la perspectiva de las empresas u organizaciones, la marca es el elemento "clave" que les permite diferenciarse de la competencia y les ayuda a establecer una determinada posición en la mente de sus clientes (actuales y potenciales). (Thompson, 2012).

La marca constituye a la finalidad específica de la publicidad que es proponer y promover productos cualificados. Proporciona identidad y diferenciación a los productos o servicios aumentando su valor respecto a los que no tienen marca. En la mayoría de los países, una marca debe cumplir dos requisitos para registrarse y validarse: debe tener carácter distintivo y ser susceptible de una representación gráfica; es decir, la marca debe ser única y aceptar una ilustración de la misma, con el fin de generar mayor recordación en la mente del consumidor. (Salcedo, 2008).

a. Tipos de Marcas

Existen cuatro tipos de marcas que son:

Nominativas, figurativas, mixtas y tridimensionales.

1) Nominativas

Son todas aquellas marcas que están conformadas únicamente por elementos nominativos, letras, números, determinados signos y caracteres del abecedario sin tener en cuenta la forma o dibujo.

Las marcas nominativas dentro de las más destacadas pueden estar conformadas por:

- a) Letras y números.
- b) Combinación de letras y números
- c) Palabras con o sin significado
- d) Frases publicitarias

2) Figurativas

Están conformadas por:

- a) Figuras
- b) Dibujos
- c) Representaciones gráficas

- d) Letras
- e) Palabras por sus formas
- f) Colores Observación: pueden también la etiqueta de un embase, un logo, un isótipo, etc.

3) Mixtas.

Se conoce como marcas mixtas aquellas con componentes nominativos (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes).

Siempre existirá un elemento predominante, que permitirá identificar uno de los elementos componentes de la marca como principal, es decir que uno de los dos siempre será el más llamativo para el consumidor.

4) Tridimensionales.

Corresponden a la forma de sus productos o sus empaques, envases o envoltorios, siempre y cuando sean característicos y los distinguan de productos de su misma clase. Es decir las marcas tridimensionales corresponden a cuerpos con tres dimensiones, como botellas, empaques, cajas, estuches, etc. (Icaf, 2010).

G. EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL

“Un enfoque ecoturístico, a diferencia de un planteamiento de turismo masivo, implica una actitud responsable sobre la naturaleza misma y el volumen de turistas a recibirse, lo cual debe reflejarse en la gestión de los flujos de visitantes en el espacio y el tiempo de acuerdo al tipo de recurso.

El manejo de las diferentes formas de impacto ambiental causado por el turismo requiere de medidas administrativas bien estructuradas y aplicadas. La primera de esas medidas debe ser la realización de los Estudios de Impacto Ambiental (en adelante EIA) previos al desarrollo de cualquier programa o proyecto de desarrollo.

Los Estudios o Evaluaciones de Impacto Ambiental son uno de los métodos más efectivos para determinar cuándo un proyecto será sostenible. Debidamente aplicado los EIA pueden minimizar el deterioro de los recursos naturales y la degradación ambiental o social que normalmente acompaña a todo desarrollo.” (Caballero, 2006).

1. Matriz de Lázaro Lagos

La Matriz de Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales se obtuvo a partir de las matrices de Leopold y Batelle-Columbus, todo gracias al ingenio del científico cubano Lázaro Lagos que modificó las mencionadas matrices para transformarse en un método fácil, rápido y sencillo que permite al investigador generar información precisa.

La matriz está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, Aire, suelo, flora y fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan en proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados. Para la evaluación de las componentes mencionadas se han determinado nueve criterios de evaluación.

a. Parámetros para la Evaluación de Impactos Ambientales

- 1) Naturaleza.** Dependiendo si el impacto es positivo se marcará con un signo (+) o de lo contrario de ser negativo se marcará con (-).

2) Magnitud. La magnitud se delimita a través de tres rangos:

- 1 Baja intensidad. Cuando el área afectada es menor a 1 ha.
- 2 Moderada intensidad. Cuando el área afectada está entre 1 a 10 has
- 3 Alta intensidad. Cuando el área afectada es mayor a 10 has.

3) Importancia. Se determina a través de cuatro rangos de evaluación:

- 0. Sin importancia
- 1. Menor importancia
- 2. Moderada importancia
- 3. Importante importancia

4) Certeza. Se determina a través de tres rangos definidos con letras:

- C Si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75%
- D Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75%
- I Si se requiere de estudios específicos para evaluar la certeza del impacto.

5) Tipo. Se define a través de:

- (Pr) Primario. Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto
- (Sc) Secundario. Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto
- (Ac) Acumulativo. Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

6) Reversibilidad. Puede ser de dos tipos:

- 1 Reversible. Si el impacto es transformable por mecanismos naturales
- 2 Irreversible. Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales

7) Duración. Se determina a través del tiempo en:

- 1 A corto plazo. Si el impacto permanece menos de 1 año
- 2 A mediano plazo. Si el impacto permanece entre de 1 a 10 años
- 3 A largo plazo. Si el impacto permanece más de 10 años

8) Tiempo en aparecer. Determinado también por el tiempo se clasifica en:

- C Corto plazo. Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto.
- M Mediano plazo. Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto.
- L Largo plazo. Si el impacto aparece en 10 años o más a la implementación del proyecto.

9) Considerado en el proyecto. Se define por las alternativas:

- S Si Si el impacto fue considerado en el proyecto
- N No Si el impacto no fue considerado en el proyecto

Posteriormente se debe determinar el sistema de mitigación más adecuado dependiendo del estado de conservación y del medio ambiente en general. (Caballero, 2006).

H. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

1. Estudio Administrativo

Un Estudio Administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa, cuando esta última se encuentra ya en funcionamiento y si aún no se inician las actividades de la misma, marca el rumbo a seguir en la administración de la nueva empresa (ACTIWEB, 2013).

Estas herramientas son los llamados manuales administrativos, entre los que se pueden mencionar, sin desestimar a otros, los más importantes como:

- 1) Manual de organización.
- 2) Manual de funciones.
- 3) Manual de procedimientos.
- 4) Manual de administración ambiental.

a. Ventajas de un estudio administrativo

Entre las ventajas que una organización obtiene al realizar un estudio administrativo se pueden mencionar:

- 1) Definir instrucciones generales a seguir para una correcta administración.
- 2) Todos los miembros de la organización trabajan para alcanzar los mismos objetivos, metas y siguiendo una sola planificación estratégica.
- 3) Si la empresa desea obtener una certificación ISO, se facilitará realizar el orden de la información con que la empresa cuenta (ACTIWEB, 2013).

2. Estudio legal

Al hablar del entorno legal nos referimos a todas las leyes y reglamentos que norman la operación de una compañía o de un producto en el mercado. Así, por ejemplo los permisos, el registro de marcas, la ley de invenciones y marcas, de derechos de autor, las patentes, el derecho mercantil, la ley general de protección al consumidor, la ley general de sociedades cooperativas, entre otras. Todas estas son elementales para estar dentro de la ley, evitar demandas y de alguna manera la piratería. Además, muchas veces es importante todo esto, por ejemplo a los fabricantes de bebidas alcohólicas o de cigarrillos, la ley les exige poner leyendas en su publicidad para cuidar la salud como “todo con medida”, “el abuso en el consumo de este producto, puede causar cáncer”. Incluso hay una normativa para el diseño de una etiqueta: el código de barras debe tener un tamaño determinado, el contenido neto es con “g” minúscula y sin punto, los ingredientes, datos de fabricante, entre otros aspectos (Contreras, 2011).

I. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE UN PROYECTO

Lo que hace que una organización sea buena es que crea un mínimo de problemas. Entre más sencilla sea la estructura, existen menores posibilidades de que se desempeñe mal.” La persona que crea una organización debe, desde sus inicios, tener un enfoque claro sobre las actividades importantes requeridas para producir resultados claves. (Vaquiro, 2010).

El concepto de estructura implica el análisis interno de una totalidad de elementos constitutivos, su disposición, sus interrelaciones, etc., permitiendo una comparación pues puede aplicarse a cosas diferentes entre sí. Importante tener en cuenta que para que haya estructura es necesario que existan entre las partes otras interrelaciones, además de la simple yuxtaposición, y que cada una de las partes manifieste propiedades que resultan de su dependencia de la totalidad. Existe estructura cuando los elementos se reúnen en una

totalidad y cuando las propiedades de esos elementos dependen entera o parcialmente de esas características de la totalidad. (Vaquiro, 2010).

Existen dos categorías principales de factores que afectan la estructura: El contexto donde operan las organizaciones y el diseño.

El contexto: Los factores contextuales incluyen el tamaño de la organización, la tecnología, la cultura interna, el ambiente y factores de cultura nacional.

El diseño: Con diseño se significa las selecciones efectuadas en una organización acerca de cómo se va a estructurar la misma. Los enfoques principales aquí son la selección estratégica y los modelos institucionales de estructura.

Si se analiza el concepto de organización desde el punto de vista del estructuralismo, éstas constituyen la institución dominante en nuestra sociedad: Las organizaciones hoy por hoy se ocupan de todos los aspectos de la vida moderna comprometiendo la atención, el tiempo y la energía de numerosas personas. Cada organización está restringida por sus recursos, ya sean estos de índole económica, personal o físicos; de ahí surge el problema de determinar la mejor distribución de recursos, especialmente aquellos que hoy por hoy son los más escasos: el personal de buen desempeño y el capital. (Vaquiro, 2010).

J. EVALUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA.

El estudio económico y financiero de un proyecto se refiere a diferentes conceptos, sin embargo, es un proceso que busca la obtención de la mejor alternativa utilizando criterios universales; es decir, la evaluación la cual implica asignar a un proyecto un determinado valor.

Dicho de otra manera, se trata de comparar los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros (Cáceres, 2009).

Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación (Gómez, 2013).

a. Objetivos del estudio económico financiero.

- 1) Determinar el monto de inversión total requerida y el tiempo en que será realizada.
- 2) Llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto.
- 3) Analizar costos y gastos incurridos.
- 4) Sintetizar la información económico-financiera a través de estados financieros.
- 5) Determinar el punto de equilibrio analítico y gráfico del proyecto.

1. Estudio económico

Análisis de balances o análisis contable, es un conjunto de técnicas utilizadas para diagnosticar la situación y perspectivas de la empresa con el fin de tomar decisiones adecuadas. De esta forma, desde una perspectiva interna, la dirección de la empresa puede ir tomando las decisiones que corrijan los puntos débiles que pueden amenazar su futuro, al mismo tiempo que se saca provecho de los puntos para que la empresa alcance sus objetivos. Desde una perspectiva externa, estas técnicas también son de gran utilidad para todas aquellas personas interesadas en conocer la situación u evolución previsible de empresa lo indica (Martínez, 2008).

a. Inversiones del proyecto.

En el acto de invertir tiene lugar el cambio de una satisfacción inmediata y cierta, a la que se renuncia, a cambio de la esperanza que se adquiere y cuyo soporte está en el bien invertido. Por tanto, en toda inversión se produce un desembolso de efectivo del que se espera obtener unas cantidades superiores en el futuro (Martínez, 2008).

Desde una perspectiva económica podemos encontrar dos puntos de vista, un punto de vista estricto, según el cual el bien en el que se materializa la inversión debe pertenecer al grupo que configura el activo fijo y tener una aplicación concreta en el proceso productivo de la empresa y una vinculación a la misma durante un periodo a medio o largo plazo. Así, la inversión es considerada como un desarrollo de recursos financieros para adquirir bienes concretos duraderos o instrumentos de producción como los bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objetivo social.

Desde un punto de vista amplio, se entiende por inversión cualquier gasto efectuado por la empresa para la adquisición de elementos del activo fijo o del activo circulante. De este

modo, la inversión en sentido amplio equivale a cualquier destino dado a los medios financieros y comprende tanto el pago de deudas y gastos y la adquisición de primeras materias como la compra de bienes de equipo y de instalaciones. Por otra parte, dado el carácter respectivo que suele tener la inversión en circulante, se puede suponer que mantiene inmovilizados una cantidad de recursos durante un periodo de tiempo similar a la inversión en activo fijo. La inversión en su sentido amplio, teniendo en cuenta tanto la inversión en elementos de activo fijo como la inversión en circulante, ya que como hemos mencionado es complementaria de la anterior. La importancia de esta decisión se deriva del carácter estratégico de la misma, ya que condiciona a la empresa en el largo plazo, resultando por tanto más difícil de corregir y compromete de hecho al futuro de la empresa.

Hay dos razones por las que las inversiones tienen este carácter estratégico, son marcadamente irreversibles desde el punto de vista económico; una vez acometida una inversión, su liquidación suele ser difícil y rara vez se logra sin incurrir en elevados costes. Aun así, a veces es preferible proceder a dicha liquidación, es decir, desinvertir, además requieren cantidades muy importantes de recursos de los que dispone la empresa. La importancia de acometer las inversiones adecuadas es decisiva.

b. Fuentes de financiamiento y usos de fondos

Deberá entenderse por financiamiento el total de los recursos requeridos para llevar a cabo las inversiones, en general el financiamiento puede ser crediticio cuando proviene de una institución financiera; con recursos propios cuando la fuente es una aportación del promotor o nuevas suscripciones de capital; o recursos ajenos cuando los fondos provienen de fuentes federales, estatales o de la comunidad, como ésta, principalmente mediante su fuerza de trabajo. El flujo de fondos es un estado financiero auxiliar o complementario que resulta de la comparación del balance general en dos fechas determinadas de tal manera se deduce de donde obtuvo una empresa recursos financieros y que destinación de dio a dichos recursos.

El flujo de fondos en una empresa debe ser considerado como un proceso continuo; para cada utilización de fondos debe haber una fuente que lo provea. En estricto sentido los activos de una empresa representan usos netos de fondos; los pasivos y patrimonio representan las fuentes así lo afirma (Martínez, 2008).

De manera general las fuentes de fondos son:

- 1) La utilidad
- 2) La depreciación
- 3) El incremento de capital
- 4) El aumento de pasivos
- 5) La disminución de los activos
- 6) Uso de fondos
- 7) Los usos de fondos son primordialmente los siguientes:
 - a) Aumento de activos
 - b) Disminución de pasivos
 - c) Pérdidas netas
 - d) Pago de dividendos o reparto de utilidades
 - e) Readquisición de acciones.

c. Cálculo de depreciaciones y amortizaciones.

1) Amortización de los financiamientos.

Cuando se requiere financiamiento para los diferentes rubros de un proyecto, se debe hacer las investigaciones pertinentes en los diferentes organismos financieros de desarrollo o en las entidades bancarias para saber la forma como le van a cobrar y así tener una visión clara de la situación.

2) Depreciación de activos fijos

Depreciación es la pérdida de valores de un activo fijo (edificios, maquinarias, equipos, etc.) como consecuencia del uso. Para prevenir la necesidad de remplazo de u determinado activo al fin de su vida, cada año se traspasa una parte de depreciación a los depósitos anuales en el fondo para depreciación se lo conoce como cargos por depreciación, en cualquier momento a la diferencia entre el costo original del activo y el importe del fondo para depreciación se le conoce como el valor residual o valor de salvamento como lo asegura (Martínez, 2008).

d. Presupuesto de costos y gastos.

En un proyecto industrial, se puede distinguir cuatro funciones básicas, producción, administración, ventas y financiamiento. Para llevar a cabo cada una de estas funciones, la empresa tiene que efectuar ciertos desembolsos por pago de salarios, arrendamientos, servicios públicos, compra de materiales, pago de intereses, etc. Estas erogaciones, reciben el nombre de costos de producción, gastos de administración, gastos de ventas y gastos financieros, según la función a que pertenezcan. Se puede afirmar entonces que hay fundamentalmente cuatro clases de costos: Costos de Producción, Costos de Administración, Costos de Ventas y Costos Financiero. (Martínez, 2008).

e. Costos e ingresos de la empresa

Los ingresos de un proyecto dependerán de su estructura de producción, por supuesto que los ingresos más importantes serán los de la venta del bien o del servicio que generará el proyecto. (Martínez, 2008).

También hay otros ingresos que deberán ser considerados para la evaluación correcta del proyecto. Entre los ingresos que se debe tomar en cuenta estarían los siguientes como lo dice (Martínez, 2008):

- 1) Ingresos por la venta de activos de reemplazo
- 2) Venta de subproductos

Es conveniente detallar el momento en que se perciben los ingresos y no el momento en que se efectúa la venta.

f. Estado financiero cash flow neto proyectado.

Las estimaciones para la formulación de estos estados de resultados proyectados para cada periodo de tiempo muestran los balances generales proyectados para el final de cada período de tiempo. Estos estados se basan en estimaciones originales y no en los cambios pesimistas u optimistas, los estados proyectados son útiles para dos propósitos. Primero, a fin de elaborar un balance general pro-forma que permita determinar la necesidad o excedente de fondos y segundo son útiles para evaluar la productividad proyectada de la empresa así lo considera (Martínez, 2008).

g. Estado financiero “estado de resultados”.

El estado de resultados es un resumen de los ingresos y gastos de un período determinado, en lugar de información sobre los ingresos de una cantidad y sobre los gastos de otra, el estado de resultados proporciona una relación detallada de los ingresos y los gastos la cual es útil para el proceso de toma de decisiones.

h. Punto de equilibrio

Se entiende por punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad, aquella cifra de ventas en que la empresa ni pierde ni gana; es decir cuando la empresa cubre únicamente todos sus gastos. Evidentemente es muy importante saber dónde está su punto de equilibrio, pues si no vende por encima de él es seguro que tendrá pérdidas y, en la medida que venda por encima de él, tendrá beneficio. El punto de equilibrio se puede expresar en medida de unidades de producto o bien en unidades monetarias. Además el punto de equilibrio puede calcularse tanto para la totalidad de la empresa, como para un servicio o producto concreto. (Martínez, 2008).

2. Evaluación financiera

La evaluación de proyectos por medio de métodos matemáticos-financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económicas son herramientas de uso general, lo mismo puede aplicarse a inversiones industriales, de hotelería, de servicios, que a inversiones en informática. (Martínez, 2008).

El valor presente neto y la tasa interna de rendimiento se mencionan juntos porque en realidad es el mismo método, solo que sus resultados se expresan de manera distinta, recuérdese que la tasa interna de rendimiento es el interés que hace el valor presente igual a cero, lo cual confirma la idea anterior.

El VAN y la TIR se aplican cuando hay ingresos, independientemente de que la entidad pague o no pague impuestos.

a. Flujo de caja

Este concepto se refiere a la cantidad de efectivo generada por las operaciones. Su uso básico es ayudar a determinar la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones.

b. Valor actual

Se define como la diferencia entre los ingresos y egresos a valorar actualizado o diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial. El valor actual neto VAN es simplemente toda la actual de todos los beneficios, costos e inversión del proyecto. A efectos prácticos, es la suma actualizada de los flujos netos de cada periodo.

c. Periodo de recuperación

Llamado también de reembolso, se define como el número esperado de periodos que se requiere para recuperar la inversión original.

d. Relación beneficio costo

La relación beneficio costo, también llamada índice de productividad

e. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno, conocida como la TIR; refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil. (Martínez, 2008).

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

La investigación se realizó en el cantón La Joya de los Sachas perteneciente a la Provincia de Orellana.



Figura 1. Ubicación del cantón La Joya de los Sachas

Fuente: Equipo técnico del GADMCJS. 2014

Elaboración: Equipo técnico del GADMCJS.

2. Ubicación geográfica

X: 282367 E

Y: 9964615 N

Altitud: 270 msnm

3. Límites

El cantón Joya de los Sachas limita con las siguientes circunscripciones territoriales:

- a. Norte:** Provincia de Sucumbíos
- b. Sur:** Cantón Puerto Francisco de Orellana
- c. Este:** Provincia de Sucumbíos
- d. Oeste:** Cantón Puerto Francisco de Orellana

4. Características climáticas

El cantón Joya de los Sachas posee un piso climatológico húmedo – tropical, nubosidad media 6 octavos.

De acuerdo a los registros meteorológicos de la Estación Coca, la precipitación promedio anual es de 3.000 mm y la temperatura media anual de 26.6°C, con una temperatura máxima absoluta de 34 °C y una temperatura mínima absoluta de 18°C.

5. Clasificación ecológica

Dentro del cantón de La Joya de los Sachas, existen dos tipos de ecosistemas principales, estos son: Bosque Inundable de la Llanura Aluvial de Ríos de Aguas Blancas de la Amazonía y Bosque Siempre Verde de la Penillanura de la Amazonía, según el mapa de vegetación del Ecuador continental del Ministerio del Ambiente, 2011.

6. Características del suelo

Presenta suelos arcillosos de textura delgada y características ferruginosas en un 50% del área del cantón. Porciones de suelos negros de textura media en las áreas cercanas a los ríos Napo y Coca, en un 50% de la superficie. (Plan estratégico cantonal Joya de los Sachas, 2006).

7. Materiales y métodos

a. Materiales.

- 1) Libreta de campo
- 2) Esferos
- 3) Hojas de papel bond
- 4) CDs
- 5) Portaminas
- 6) Carpeta
- 7) Cartucho de tinta

b. Equipos.

- 1) Computadora portátil
- 2) Impresora
- 3) Cámara digital
- 4) Flash memory

B. METODOLOGÍA

La presente investigación se llevó a cabo utilizando técnicas de investigación bibliográfica y de campo; cuyos objetivos se cumplieron de la siguiente forma:

1. Determinación de la viabilidad comercial.

Para analizar la viabilidad comercial se realizó un estudio de mercado, y se ejecutaron los siguientes pasos:

a. Análisis de la Demanda**1) Determinación del universo**

Para determinar el universo de estudio se tomó en consideración al número de turistas nacionales y extranjeros que visitan el Parque Nacional Yasuní, ya que es la entidad que más turistas registra en la Provincia de Orellana. Los datos estadísticos se obtuvieron en la Jefatura del Parque Nacional Yasuní.

2) Muestra

Para la determinación de la muestra se utilizará la siguiente fórmula para muestreo con poblaciones finitas.

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{Z}\right)^2 + (p \cdot q)}$$

- n= Tamaño de la muestra
- N= Universo de estudio
- (p.q)= Probabilidad de ocurrencia
- z= Constante de posibilidad de error
- e= Margen de error.

3) Caracterización de la demanda

La técnica que se utilizó para recolectar la información fue la encuesta, tomando como instrumento el cuestionario. Una vez calculado el tamaño de la muestra, se elaboró el contenido de las encuestas a ser aplicadas, por lo tanto se tomaron en cuenta las siguientes variables:

- a) Variables socioeconómicas
- b) Variables geográficas
- c) Variables motivacionales
- d) Hábitos de consumo, gustos y preferencias

Estas variables permitieron realizar el análisis para establecer el perfil de los posibles compradores de nuestro producto. Las preguntas se realizaron en español e inglés (Anexo 1 y 2).

b. Análisis de la Oferta

1) Diagnóstico situacional.

Para realizar el diagnóstico situacional se acudió a fuentes de información secundaria de estudios de entidades públicas y privadas, información sobre estadísticas y censos, cartas topográficas, oficinas de turismo local y regional referente a la zona de estudio; determinándose en los siguientes ámbitos:

a) Ámbito físico espacial.- En este ámbito se desarrolló los siguientes indicadores:

- i.** Localización y ubicación geográfica.
- ii.** Superficie.
- iii.** Orografía.
- iv.** Hidrografía.

b) Ámbito ecológico – territorial.- En este ámbito se desarrolló los siguientes indicadores con sus respectivos índices.

- i.** Climatología: temperatura, altitud, precipitación pluvial.
- ii.** Ecología: zonas de vida, biodiversidad, áreas protegidas.
- iii.** Zonas de riesgo: zonas de riego por deslizamiento y por inundaciones.

c) Ámbito socio – cultural.- En este ámbito se desarrolló los siguientes indicadores con sus respectivos índices:

- i. Antecedentes históricos.
- ii. Características básicas de la población: idioma, población cantonal, migración, alfabetismo y analfabetismo.
- iii. Servicios básicos disponibles: salud, vías, transporte terrestre, comunicaciones, vivienda, abastecimiento de agua, tratamiento de agua, alcantarillado sanitario, eliminación de basura, energía eléctrica.

d) Ámbito económico – productivo.- En este ámbito se desarrolló los siguientes indicadores con sus respectivos índices:

- i. Población económicamente activa.
- ii. Sector productivo: agricultura, producción pecuaria, artesanía, minería.
- iii. Remesas.
- iv. Servicios financieros.

e) Ámbito político institucional.- En este ámbito se desarrolló los siguientes indicadores con sus respectivos índices:

- i. Límites.
- ii. Organización política del cantón.
- iii. Organización política institucional: Instituciones públicas, organizaciones privadas, instituciones vinculadas con el sector turístico.

Se realizó también el análisis de la oferta actual y se determinó la oferta turística complementaria.

c. Confrontación de la oferta y la demanda

Para confrontar la oferta versus demanda, se calculó la demanda insatisfecha y se determinó la demanda objetiva proyectada para la vida útil del proyecto, con la siguiente fórmula:

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Donde:

C_n = Incremento compuesto

C_o = Número de clientes iniciales

i = Índice de crecimiento poblacional de la provincia de Orellana

n = Años a proyectar

d. Investigación y análisis de la competencia

Se tomaron como referencia lugares turísticos del cantón que brinden servicios de alojamiento y alimentación, ya que son estratégicamente la competencia directa del proyecto.

2. Determinación de la viabilidad técnica

Para el cumplimiento del segundo objetivo se siguieron los siguientes pasos:

- a. El diseño del producto es encaminado a ofrecer básicamente los servicios de hospedaje, alimentación y un área recreacional, el mismo que puede ser complementado con necesidades turísticas que se obtuvieron de las encuestas.

- b. Se determinó la localización, equipamiento, mano de obra y costo de la inversión, necesarios para la prestación de los servicios de hospedaje y alimentación como también para el área recreativa.
- c. Mediante el cálculo de los costos de producción, administración y operación se definió el precio de cada uno de los servicios a prestarse en el establecimiento turístico.

3. Determinación de la viabilidad ambiental y sociocultural.

Para el estudio de impacto ambiental y socio ambiental se realizó la evaluación de impactos: biológicos sobre los recursos naturales y el paisaje, y sobre los recursos socio económicos. Se utilizó la matriz de Lázaro Lagos. Mediante este análisis se emitirán las medidas de mitigación y remediación que permitan recuperar las condiciones ambientales y socioculturales.

Tabla 1: Modelo matriz Lázaro Lagos.

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES							IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
									1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
A. AIRE																		
B. SUELO																		
C. AGUA																		
D. FLORA Y FAUNA																		
E. SOCIO-ECONÓMICO																		
F. PAISAJE																		

Fuente: Caballero, 2006.

4. Determinar la viabilidad administrativa legal

Para el cumplimiento de este objetivo se desarrollaron los siguientes pasos:

- a. Se definieron las áreas del proyecto conjuntamente con el organigrama estructural y funcional, además se seleccionó al personal responsable para cada una de las áreas con sus respectivos cargos, tiempos y costos.
- b. Se recurrió a fuentes de información secundaria como: la Constitución Política de la República y Ley de Turismo para determinar las leyes que rigen este tipo de actividades para su eficiente operación y funcionamiento, así como también su vida jurídica.

5. Determinación de la viabilidad económica - financiera

Para determinar la viabilidad económica y financiera se tomaron en cuenta: los egresos, es decir las inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, para calcular la cantidad necesaria que cubra los costos del proyecto en el periodo de ejecución; los costos operacionales que siguen a la ejecución; los ingresos para realizar las proyecciones de ventas, y los cálculos de viabilidad del proyecto desde la perspectiva del inversionista.

Se evaluó el proyecto en base a los siguientes indicadores económicos:

- a. Evaluación de las inversiones en base del análisis del flujo de caja
- b. La tasa interna de retorno (TIR)
- c. El valor actual neto (VAN)
- d. La razón beneficio/costo
- e. Punto de equilibrio.

VII. RESULTADOS

A. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD COMERCIAL.

1. Universo de estudio

El universo de estudio de la demanda constituye el total de los turistas nacionales y extranjeros que llegaron al Parque Nacional Yasuní, que de acuerdo a las estadísticas llevadas por la Jefatura del Parque Nacional Yasuní, el promedio es de 13.859 turistas durante el año 2014, de los cuales 79% fueron turistas extranjeros y 21% turistas nacionales.

2. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó la fórmula estadística para poblaciones finitas, con los datos mencionados anteriormente:

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p \cdot q)}$$

Dónde:

n=	Tamaño de la muestra
N=	Universo de estudio
(p.q)=	Probabilidad de ocurrencia
z =	Constante de posibilidad de error
e =	Margen de error

Aplicación fórmula de la muestra:

$$n = \frac{13.859(0,25)}{(13.858) \left(\frac{0,05}{1,96} \right)^2 + (0,25)}$$

$$n = \frac{3.464,75}{9,26}$$

Total muestra turistas nacionales y extranjeros: $n = 374$ encuestas.

De la muestra obtenida se dispuso de la siguiente forma la aplicación de las encuestas:

- a. Turistas extranjeros un 79% con 295 encuestas.
- b. Turistas nacionales un 21% con 79 encuestas.

3. Caracterización de la demanda.

a. Turistas nacionales

1) Edad

Tabla 2: Edad de los turistas nacionales.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
<18	5	6%
18 - 29	44	56%
30 - 49	17	22%
50 - 59	5	6%
>60	8	10%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

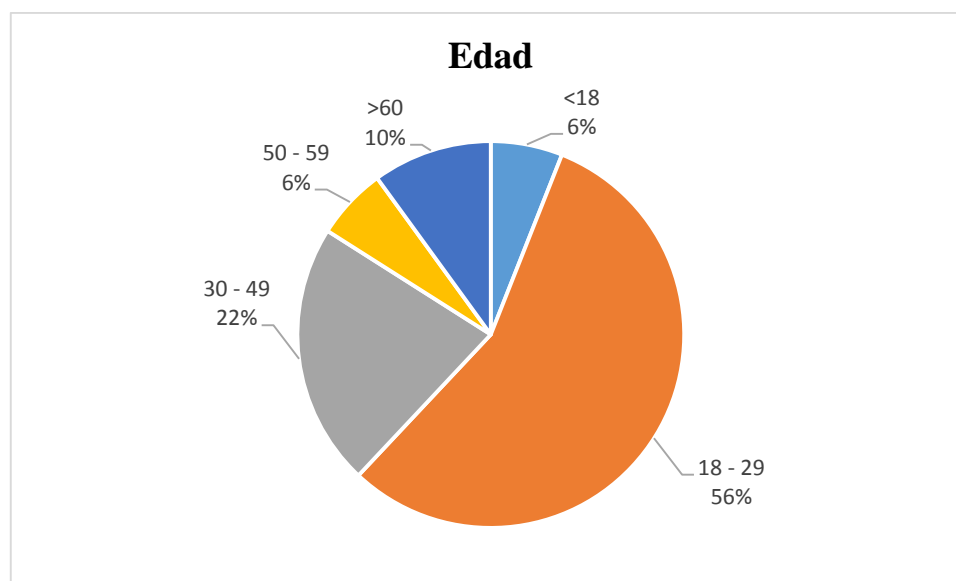


Figura 2. Edad de los turistas nacionales.

El 56% de los turistas nacionales oscilan entre los 18 y 29 años, el 22% pertenecen a un rango de edad entre los 30 y 49 años, el 10% posee más de 60 años y el 6% comprende los turistas entre los 50 y 59 años, también a los menores de 18 años.

2) Género

Tabla 3: Género de los turistas nacionales.

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	32	41%
Femenino	47	59%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

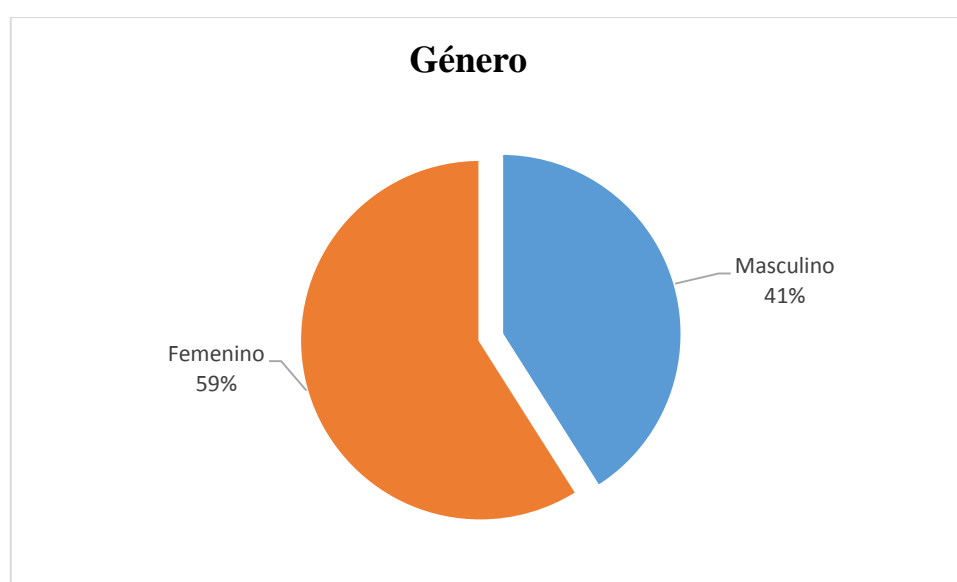


Figura 3. Género de los turistas nacionales.

Según los resultados el 59% de los turistas nacionales son de género femenino y el 41% son género masculino.

3) Lugar de procedencia

Tabla 4: Lugar de procedencia de los turistas nacionales.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Quito	44	56%
Guayaquil	11	13%
Portoviejo	5	6%
Riobamba	15	19%
Ibarra	2	3%
Puyo	2	3%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

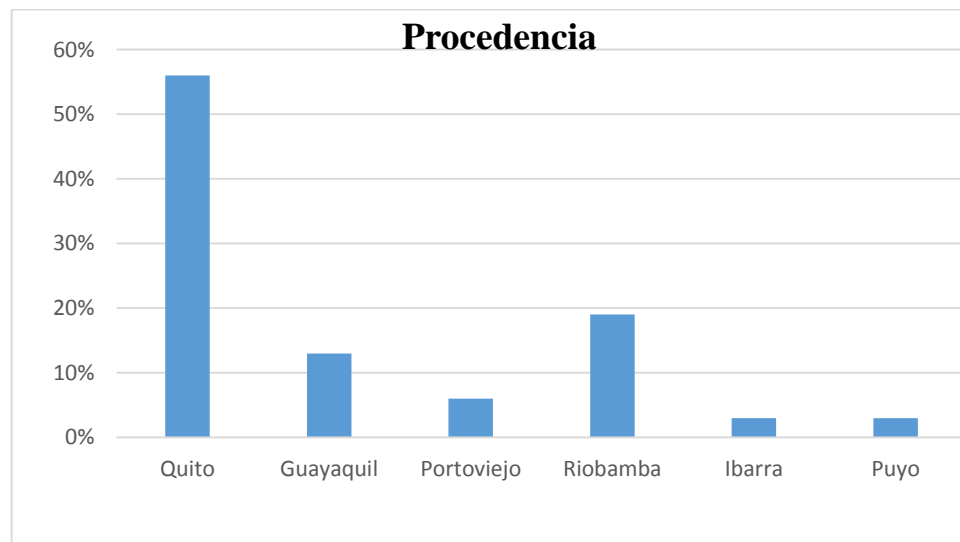


Figura 4. Procedencia de los turistas nacionales.

El 56% de los encuestados provienen de la ciudad de Quito, el 19% son de la ciudad de Riobamba, el 13% de la ciudad de Guayaquil, el 6% de Portoviejo, el 3% son de las ciudades de Ibarra y Puyo.

4) Nivel de instrucción

Tabla 5: Nivel de instrucción turistas nacionales.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	0	0%
Secundaria	2	3%
Pregrado	67	84%
Posgrado	10	13%
Doctorado	0	0%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015
Elaborado por: Ximena Vélez

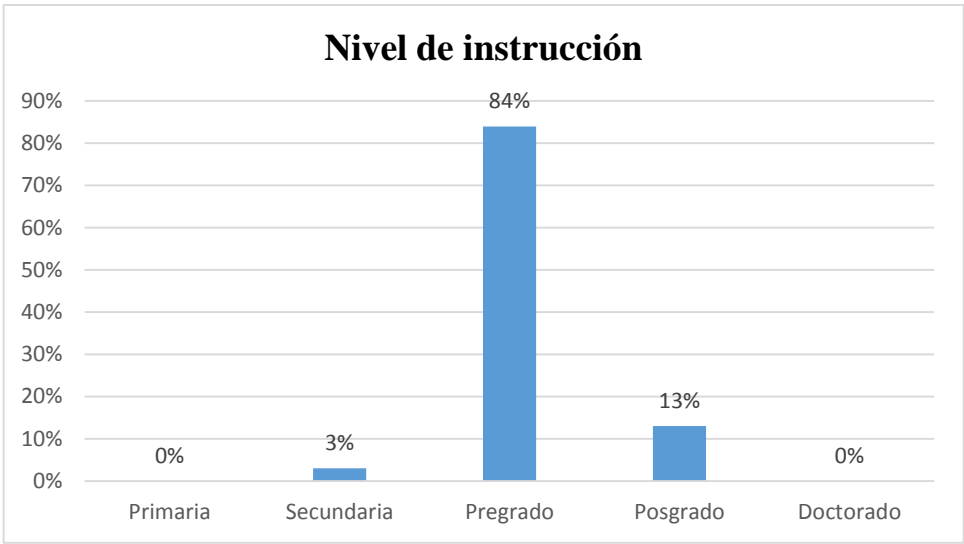


Figura 5. Nivel de instrucción de los turistas nacionales.

El 84% de los turistas encuestados poseen un nivel de instrucción de Pregrado, seguido del 13% que poseen estudios de Posgrado, el 3% estudios de secundaria.

5) Días predispuestos para viajar

Tabla 6: Días predispuestos para viajar por turistas nacionales

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1 día	2	3%
De 2 a 3 días	29	37%
Más de 3 días	48	60%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

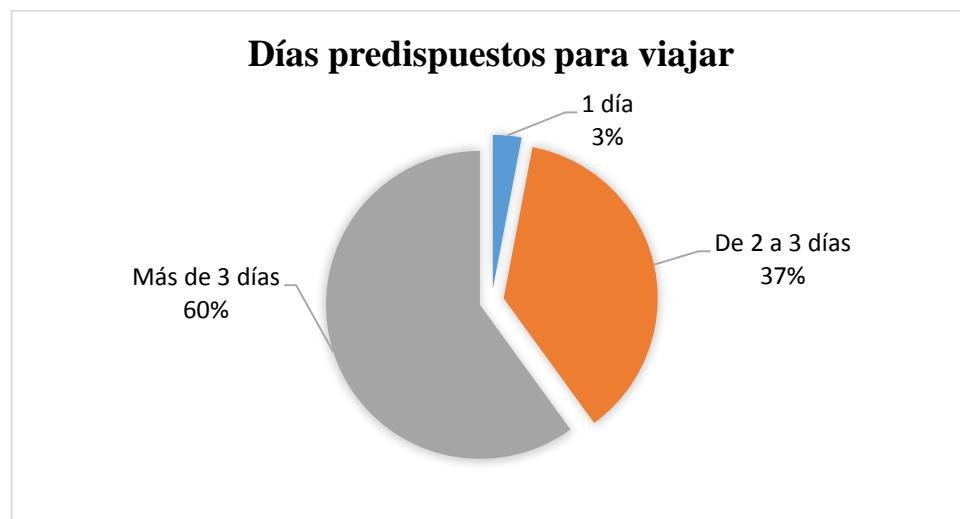


Figura 6. Días predispuestos para viajar turistas nacionales.

En la gráfica se observa que los turistas nacionales predisponen para viajar más de 3 días el 60%, mientras que el 37% está predispuesto a viajar de 2 a tres días y por último el 3% que predispone de 1 día.

6) Motivo del viaje

Tabla 7: Motivación para realizar un viaje turistas nacionales.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones	25	32%
Visita a familiares y/amigos	0	0%
Negocios/ trabajo	0	0%
Congreso/ convención	0	0%
Cultura/ comunidades	8	10%
Observación de flora y fauna	46	58%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

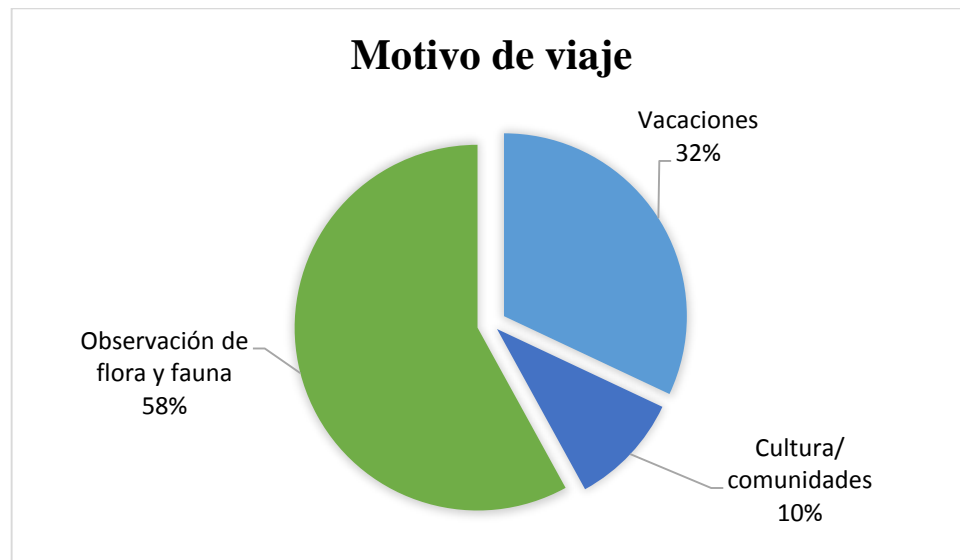


Figura 7. Motivo del viaje de los turistas nacionales.

El motivo de viaje de los turistas nacionales es por: Observación de flora y fauna el 58%, vacaciones con un 32%, conocer culturas y comunidades el 10%.

7) Conocimiento del cantón Joya de los Sachas.

Tabla 8: Conocimiento del lugar por de los turistas nacionales.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	15%
No	67	85%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

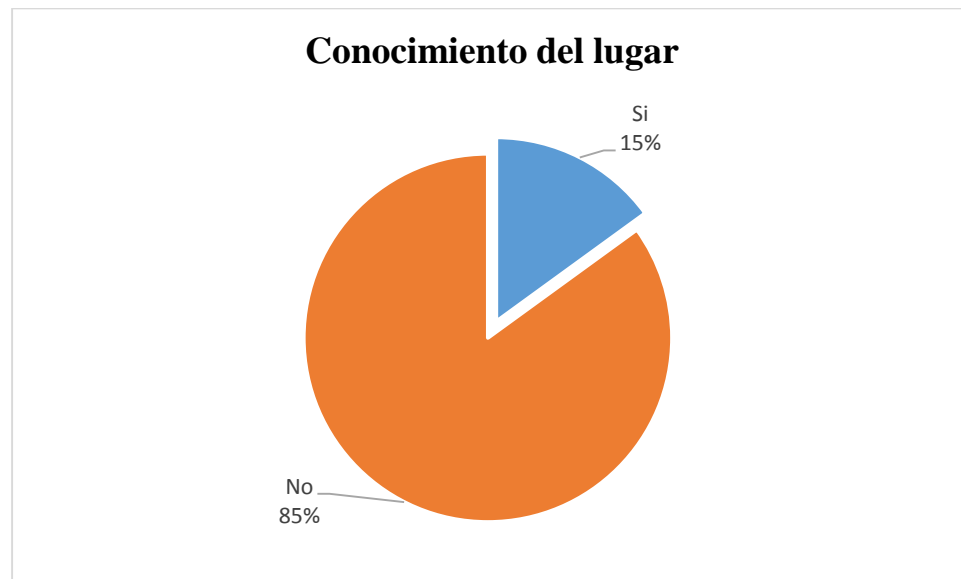


Figura 8. Conocimiento del lugar por turistas nacionales.

El 85% del total de los turistas nacionales encuestados no conocen el cantón Joya de los Sachas, mientras que el 15% si conocen.

8) Aceptación de la implementación de un Centro Ecoturístico que incluya hospedaje en el cantón Joya de los Sachas.

Tabla 9: Aceptación para la implementación de un centro ecoturístico que incluya hospedaje.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	77	98%
No	2	2%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez



Figura 9. Aceptación para la implementación del Centro Ecoturístico.

Al 98% de los turistas nacionales les gustaría que en el cantón Joya de los Sachas se implemente un Centro Ecoturístico, el 2% respondió que no.

9) Servicios que les gustaría incluya el Centro Ecoturístico.

Tabla 10: Servicios preferidos por turistas nacionales.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	35	45%
Interpretación ambiental	13	16%
Área de recreación	16	20%
Guianza	15	19%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

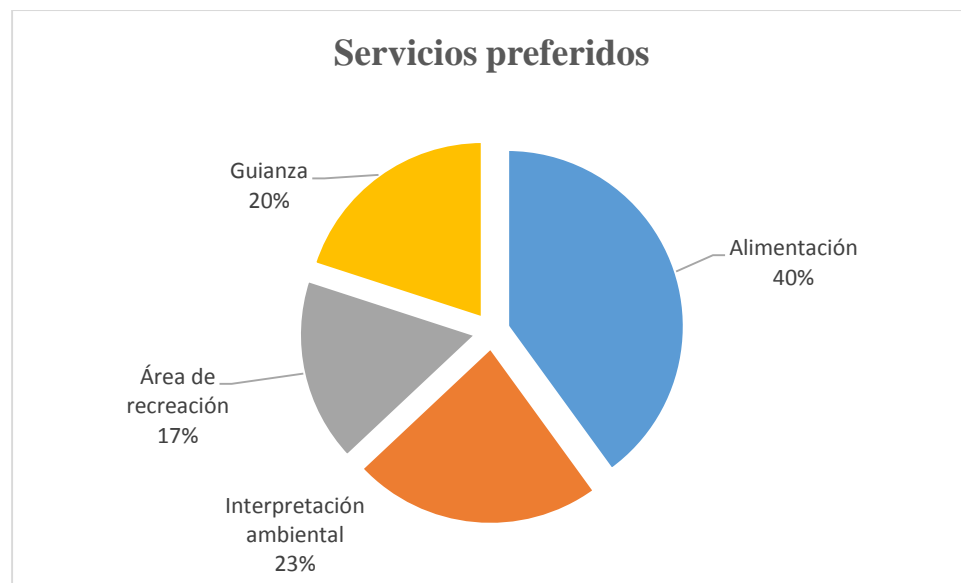


Figura 10. Servicios preferidos por turistas nacionales.

Dentro de servicios el 45% de los turistas prefieren alimentación, 20% área de recreación, 19% guianza y 16% Interpretación ambiental.

10) Actividades preferidas por turistas nacionales.

Tabla 11: Actividades preferidos por turistas nacionales.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Huerto ecológico	19	22%
Caminatas	14	18%
Ciclismo	8	10%
Observación de flora y fauna	18	24%
Pesca deportiva	9	12%
Baño en cascadas	11	14%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015
Elaborado por: Ximena Vélez

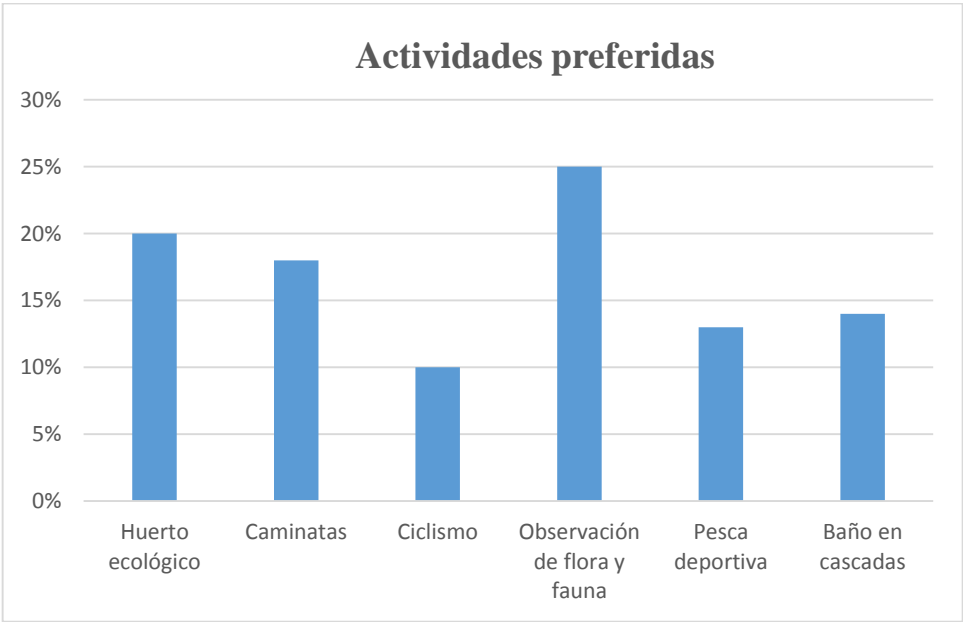


Figura 11. Actividades preferidas por turistas nacionales.

Dentro de actividades el 24% de los turistas prefieren observación de flora y fauna, 22% huerto ecológico, 18% caminatas, 14% baño encascadas, 12% pesca deportiva, 10% ciclismo.

11) Comida que le gustaría ofrezca el Centro Ecoturístico

Tabla 12: Comida preferida por turistas nacionales.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Típica	28	35%
Nacional	39	50%
Internacional	8	10%
Vegetariana	4	5%
Todas las anteriores	0	0%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

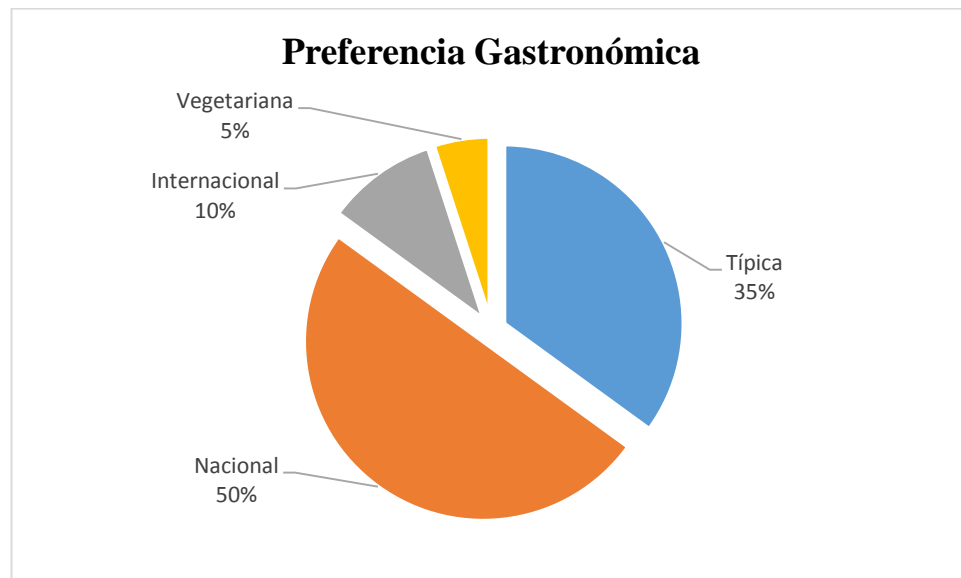


Figura 12. Preferencia gastronómica turistas nacionales.

Los turistas nacionales prefieren en un 50% la comida nacional, el 35% prefieren la comida típica y en un 10% la comida internacional.

12) Número de personas con las que realiza un viaje.

Tabla 13: Número de personas con las que realiza un viaje turistas nacionales.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Solo	0	0%
Entre dos a tres personas	7	9%
Entre tres a cinco personas	40	50%
Más de cinco personas	32	41%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

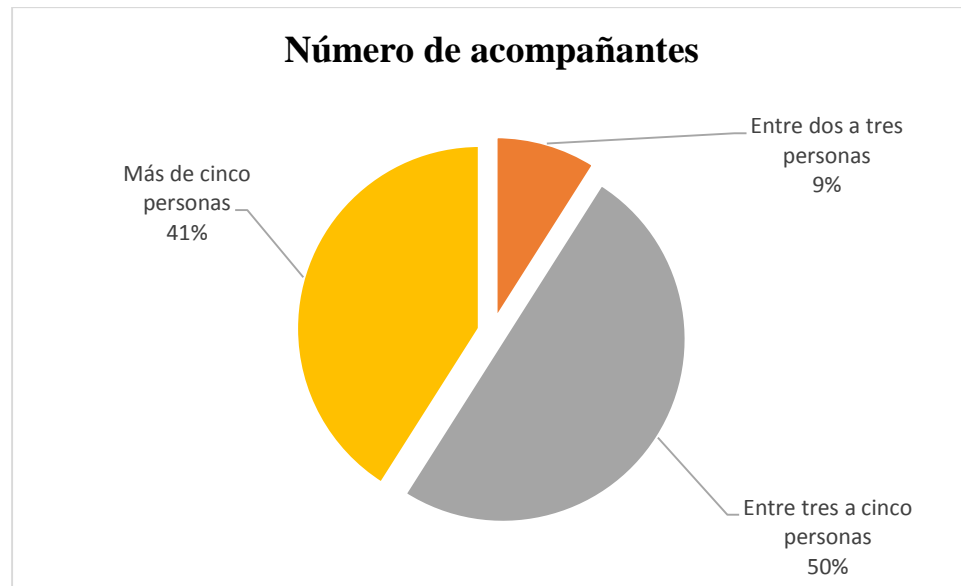


Figura 13. Número de acompañantes con los que viajan los turistas nacionales.

Los turistas nacionales viajan acompañados de tres a cinco personas el 50%, el 41% prefiere viajar acompañado de más de cinco personas y el 9% entre dos a tres personas.

13) Con que frecuencia le gustaría visitar el lugar.

Tabla 14: Frecuencia de visita al lugar turistas nacionales.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Anualmente	59	75%
Mensualmente	20	25%
Semanalmente	0	0%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015
Elaborado por: Ximena Vélez



Figura 14. Frecuencia de visita turistas nacionales.

Del total de los turistas nacionales el 75% estaría dispuesto a visitar el centro ecoturístico anualmente, mientras el 25% tendría la posibilidad de visitar mensualmente.

14) Presupuesto a gastar por día y por persona en el Centro Ecoturístico.

Tabla 15: Presupuesto a gastar por día y por persona turistas nacionales.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
\$20 - \$30	21	26%
\$31 - \$40	21	26%
\$41 - \$50	22	29%
\$51 - \$60	12	15%
Más de \$60	3	4%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

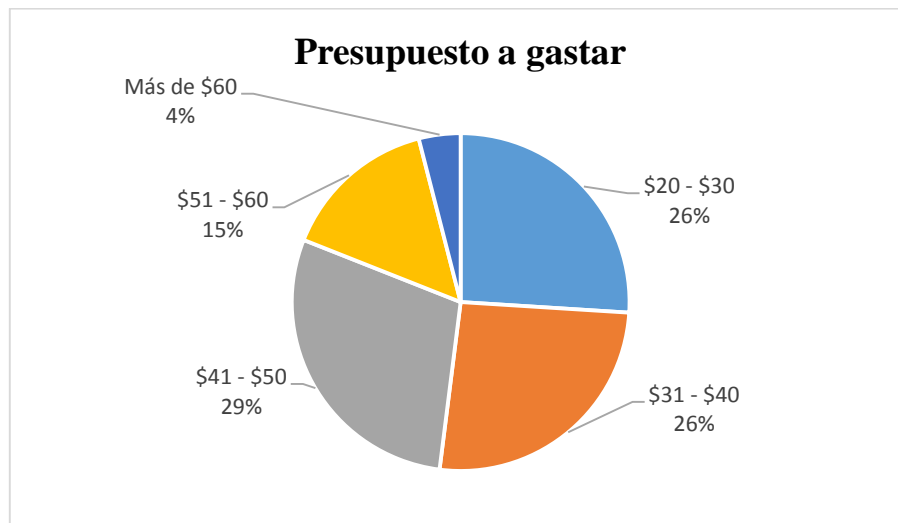


Figura 15. Presupuesto a gastar turistas nacionales.

Los turistas nacionales tienen la predisposición de gastar \$41 a \$50 un 29%, el 26% están dispuestos a gastar \$20 - \$30 y \$31 - \$40, el 15% \$41 - \$60 y el 4% más de \$60.

15) ¿Cuándo viaja lo hace a través de?

Tabla 16: Forma de viaje de turistas nacionales.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Agencias de viaje	32	40%
Independiente	47	60%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

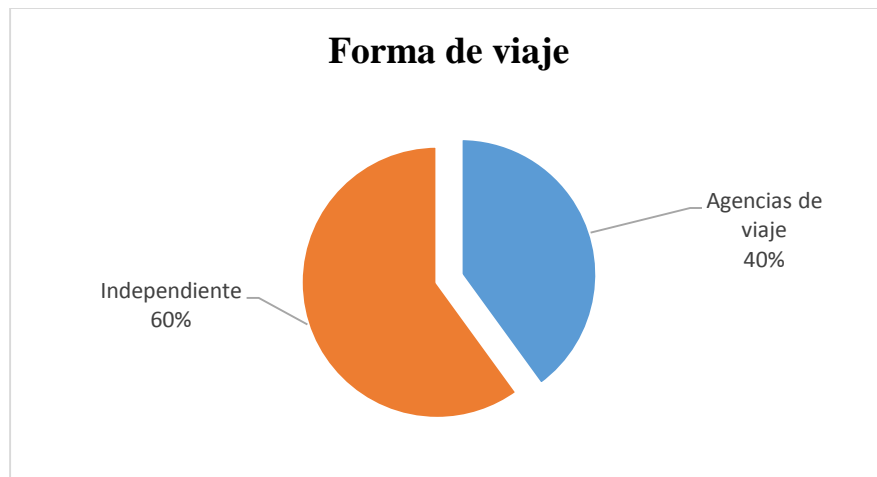


Figura 16. Forma de viaje de turistas nacionales.

Los turistas nacionales viajan independientemente 60% y mediante agencias de viaje un 40%.

16) Medios de información que utilizan para informarse.

Tabla 17: Medios de comunicación que utilizan para informarse turistas nacionales.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Radio	0	0%
Televisión	18	22%
Internet	30	38%
Prensa	0	0%
Recomendación de amigos	0	0%
Libros o revistas turísticas	2	3%
Tour operadoras	29	37%
TOTAL	79	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

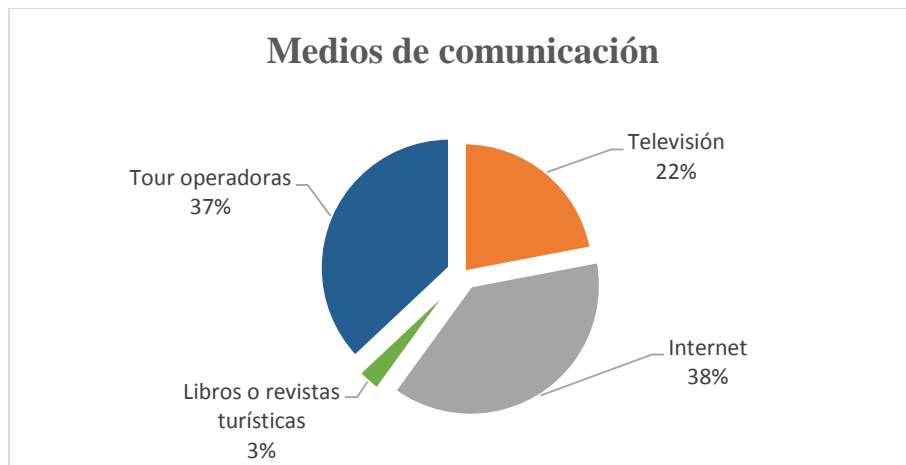


Figura 17. Medios de comunicación que utilizan turistas nacionales.

Los medios de comunicación que los turistas nacionales utilizan para informarse como se aprecia en la gráfica son: 38% internet, 37% Tour operadoras, 22% televisión y con un 3% libros o revistas turísticas.

b. Turistas extranjeros.

1) Edad

Tabla 18: Edad de los turistas extranjeros.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
<18	33	11%
18 - 29	38	13%
30 - 49	47	16%
50 - 59	106	36%
>60	71	24%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

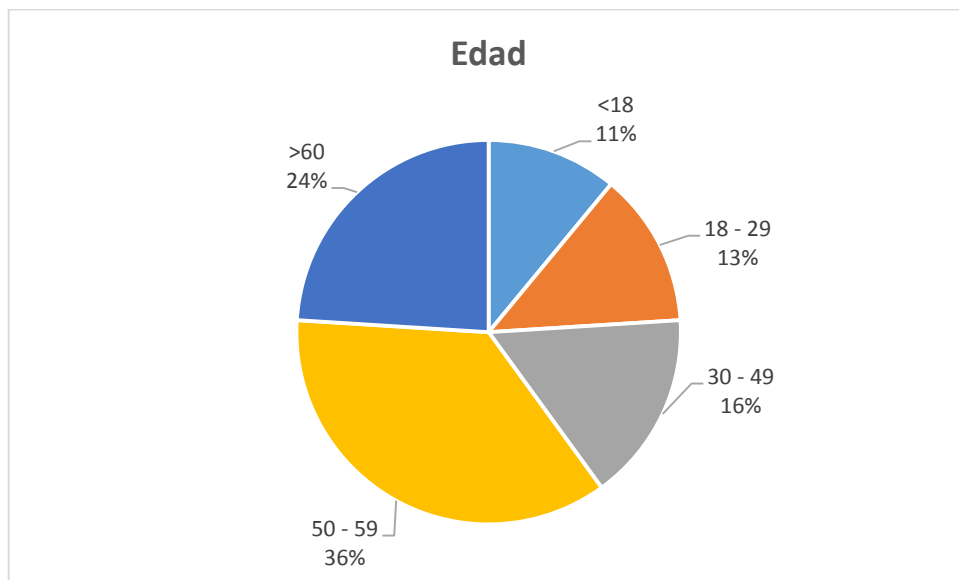


Figura 18. Edad de los turistas extranjeros.

El 36% de los turistas extranjeros oscilan entre los 50 y 59 años, el 24% pertenecen a turistas mayores de 60 años, el 16% posee entre 30 y 49 años, el 13% comprende a turistas entre los 18 y 29 años, el 11% menores de 18 años.

2) Género

Tabla 19: Género de los turistas extranjeros.

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	121	41%
Femenino	174	59%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

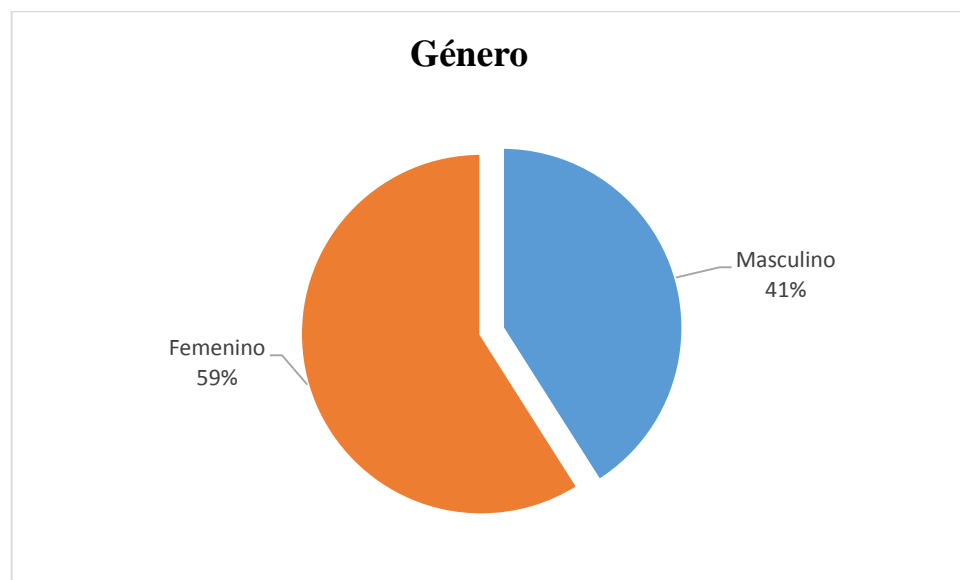


Figura 19. Género de los turistas extranjeros.

Según los resultados el 59% de los turistas extranjeros son de género femenino y el 41% son género masculino.

3) Lugar de procedencia

Tabla 20: Lugar de procedencia de los turistas extranjeros.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Estados Unidos	126	43%
Alemania	24	8%
Canadá	24	8%
Australia	15	5%
Reino Unido	56	19%
Bélgica	17	6%
Austria	6	2%
México	6	2%
Suecia	12	4%
Argentina	3	1%
Suiza	6	2%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

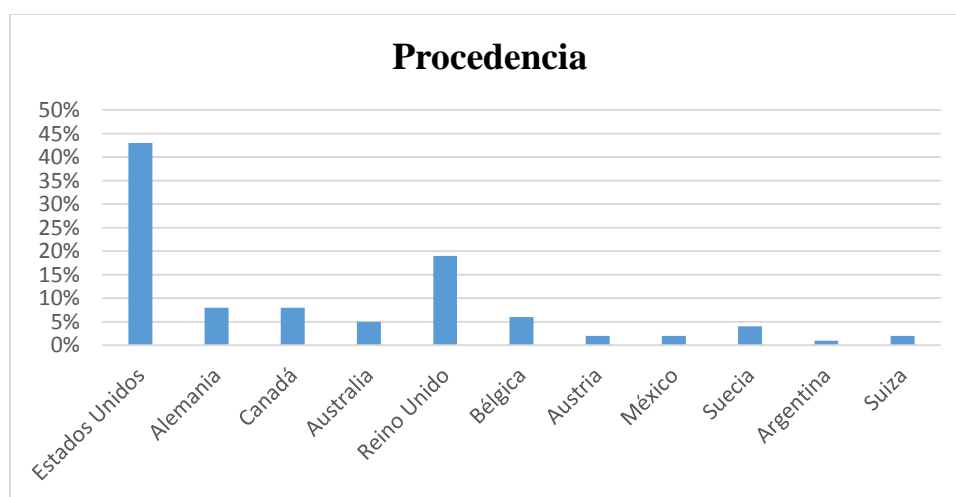


Figura 20. Procedencia de los turistas extranjeros.

El 43% de los encuestados provienen de Estados Unidos, el 19% son de Reino Unido, el 8% de Alemania y Canadá, 6% de Bélgica, 5% Australia, 4% Suecia, 2% Austria, México y Suecia, 1% Argentina.

4) Nivel de instrucción

Tabla 21: Nivel de instrucción turistas extranjeros.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	0	0%
Secundaria	83	28%
Pregrado	153	52%
Posgrado	44	15%
Doctorado	15	5%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

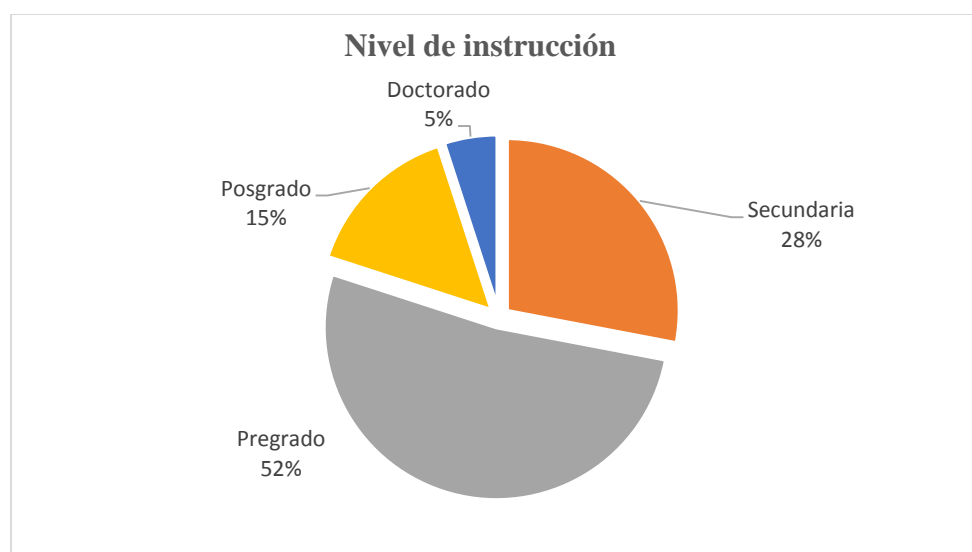


Figura 21. Nivel de instrucción de los turistas extranjeros.

El 53% de los turistas encuestados poseen un nivel de instrucción de Pregrado, seguido del 28% que poseen estudios de secundaria, el 15% estudios de posgrado, el 5% doctorado.

5) Días predispuestos para viajar

Tabla 22: Días predispuestos para viajar por turistas extranjeros.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
1 día	53	18%
De 2 a 3 días	103	35%
Más de 3 días	139	47%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

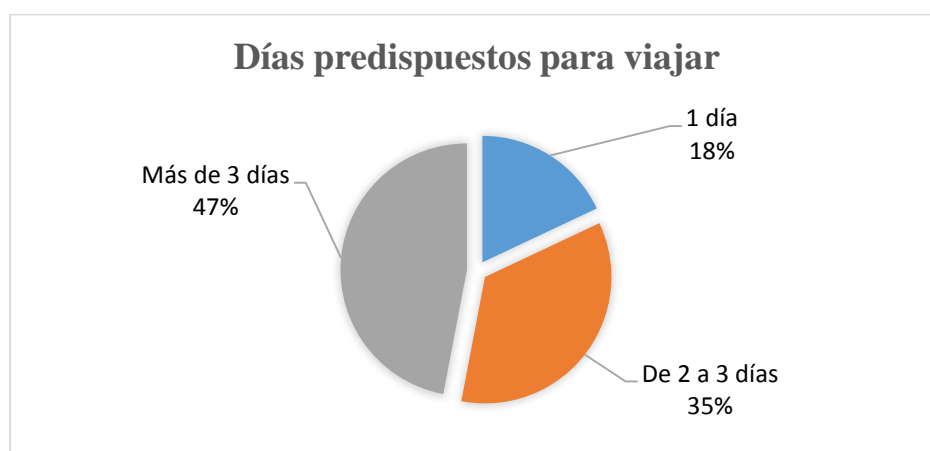


Figura 22. Días predispuestos para viajar turistas extranjeros.

En la gráfica se observa que los turistas extranjeros predisponen para viajar más de 3 días el 47%, mientras que el 35% está predispuesto a viajar de 2 a 3 días y por último el 18% que predispone de 1 día.

6) Motivo del viaje

Tabla 23: Motivación para realizar un viaje turistas extranjeros.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Vacaciones	68	23%
Visita a familiares y/amigos	0	0%
Negocios/ trabajo	24	8%
Congreso/ convención	0	0%
Cultura/ comunidades	53	18%
Observación de flora y fauna	150	51%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

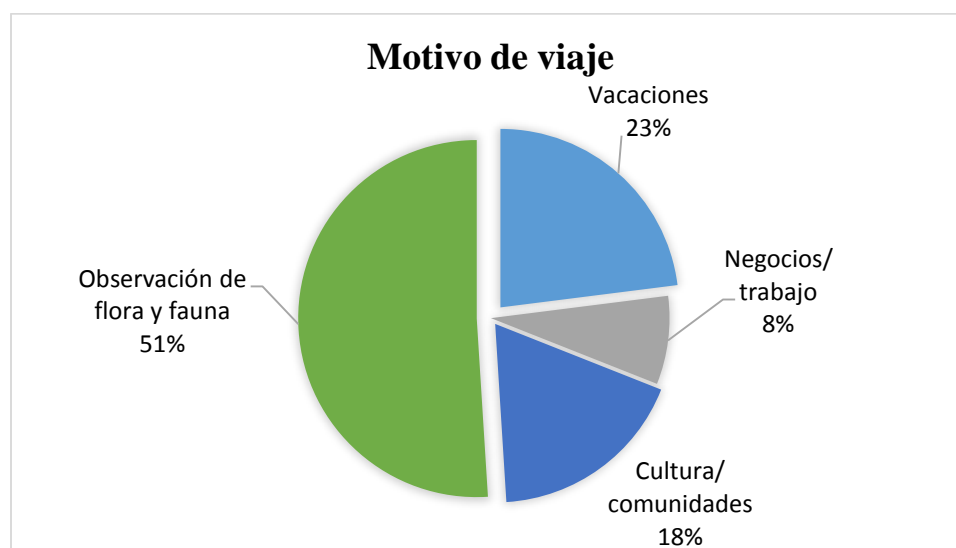


Figura 23. Motivo del viaje de los turistas extranjeros.

El motivo de viaje de los turistas extranjeros es por: Observación de flora y fauna el 51%, vacaciones con un 23%, conocer culturas y comunidades el 18% y negocio/ trabajo con 8%.

7) Conocimiento del cantón Joya de los Sachas.

Tabla 24: Conocimiento del lugar por parte de los turistas extranjeros.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
No	295	100%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

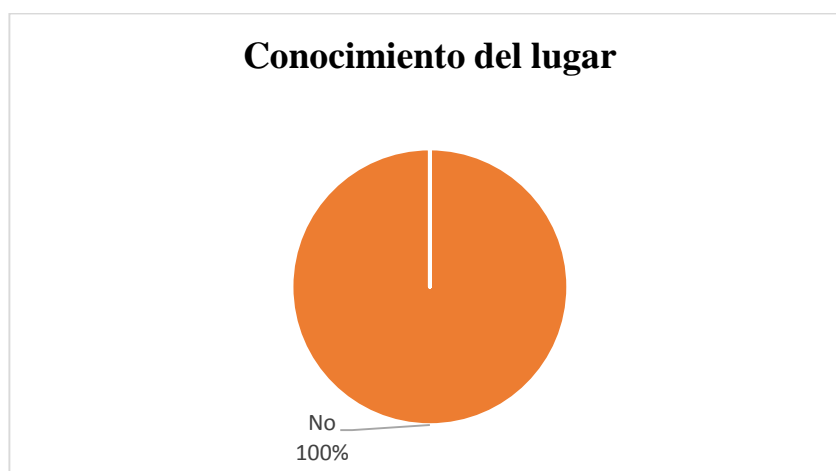


Figura 24. Conocimiento del lugar por turistas extranjeros.

El 100% del total de los turistas extranjeros encuestados no conocen el cantón Joya de los Sachas.

8) Aceptación de la implementación de un Centro Ecoturístico que incluya hospedaje en el cantón Joya de los Sachas.

Tabla 25: Aceptación de la implementación de un centro ecoturístico que incluya hospedaje.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Si	292	99%
No	3	1%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez



Figura 25. Aceptación para la implementación del Centro Ecoturístico.

Al 99% de los turistas extranjeros les gustaría que en el cantón Joya de los Sachas se implemente un Centro Ecoturístico, el 1% respondió que no.

9) Servicios que les gustaría incluya el Centro Ecoturístico.

Tabla 26: Servicios preferidos por turistas extranjeros.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	118	40%
Interpretación ambiental	68	23%
Área de recreación	50	17%
Guianza	59	20%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

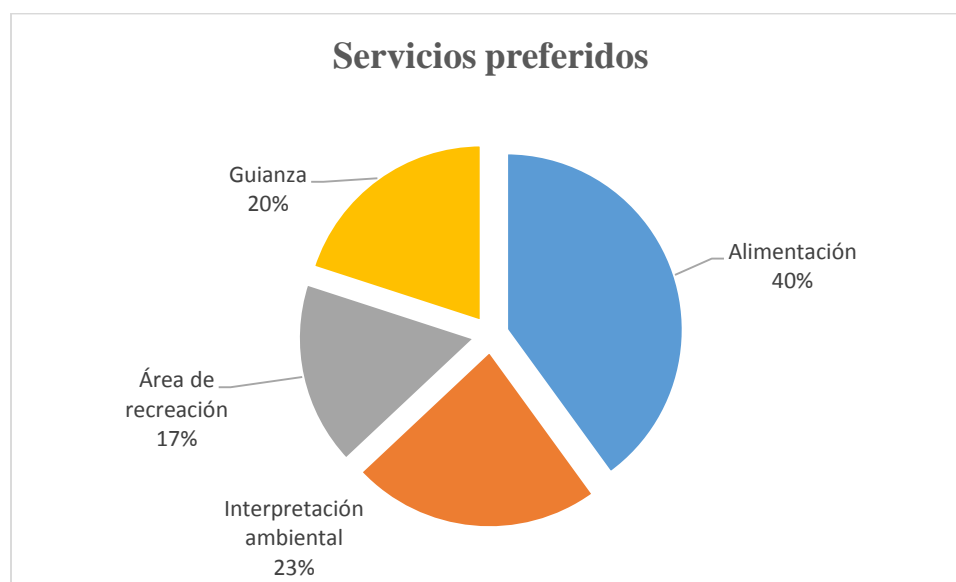


Figura 26. Servicios preferidos por turistas extranjeras.

El 40% de los turistas extranjeros escogieron alimentación, 23% interpretación ambiental, 20% guianza, 17% área de recreación.

10) Actividades preferidas por turistas extranjeros.

Tabla 27: Actividades preferidas por turistas extranjeros.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Huerto ecológico	59	20%
Caminatas	53	18%
Ciclismo	30	10%
Observación de flora y fauna	74	25%
Pesca deportiva	38	13%
Baño en cascadas	41	14%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

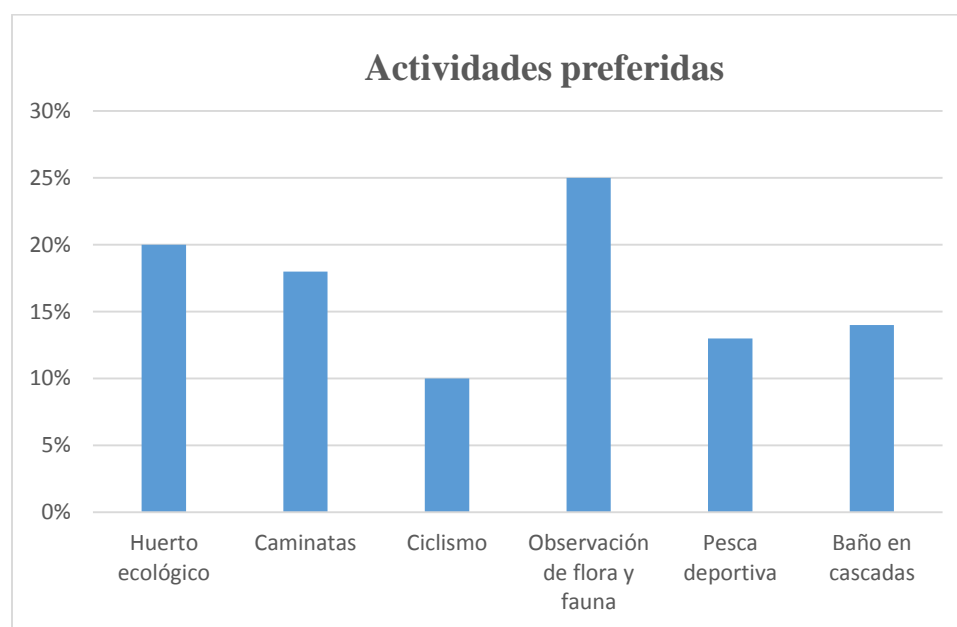


Figura 27. Actividades preferidas por turistas extranjeros.

Dentro de actividades el 25% observación de flora y fauna, 20% huerto ecológico, 18% caminatas, 14% baño en cascadas, 13% pesca deportiva, 10% ciclismo.

11) Comida que le gustaría ofrecer el Centro Ecoturístico

Tabla 28: Comida preferida por turistas extranjeros.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Típica	44	15%
Nacional	77	26%
Internacional	100	34%
Vegetariana	74	25%
Todas las anteriores	0	0%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

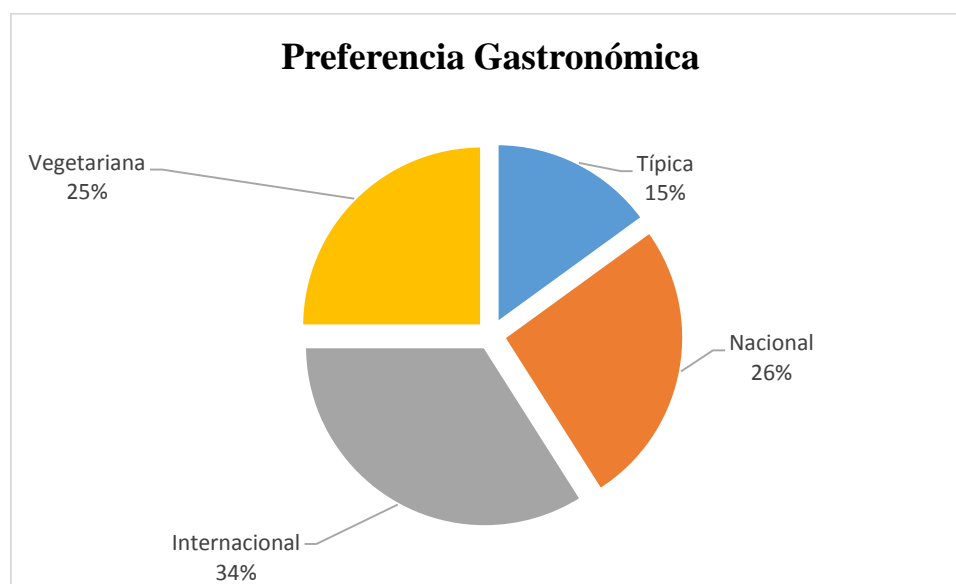


Figura 28. Preferencia gastronómica turistas extranjeros.

Los turistas extranjeros prefieren en un 34% la comida internacional, el 26% comida nacional, el 25% comida vegetariana y el 15% comida típica.

12) Número de personas con las que realiza un viaje.

Tabla 29: Número de personas con las que realiza un viaje

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Solo	0	0%
Entre dos a tres personas	103	35%
Entre tres a cinco personas	53	18%
Más de cinco personas	139	47%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

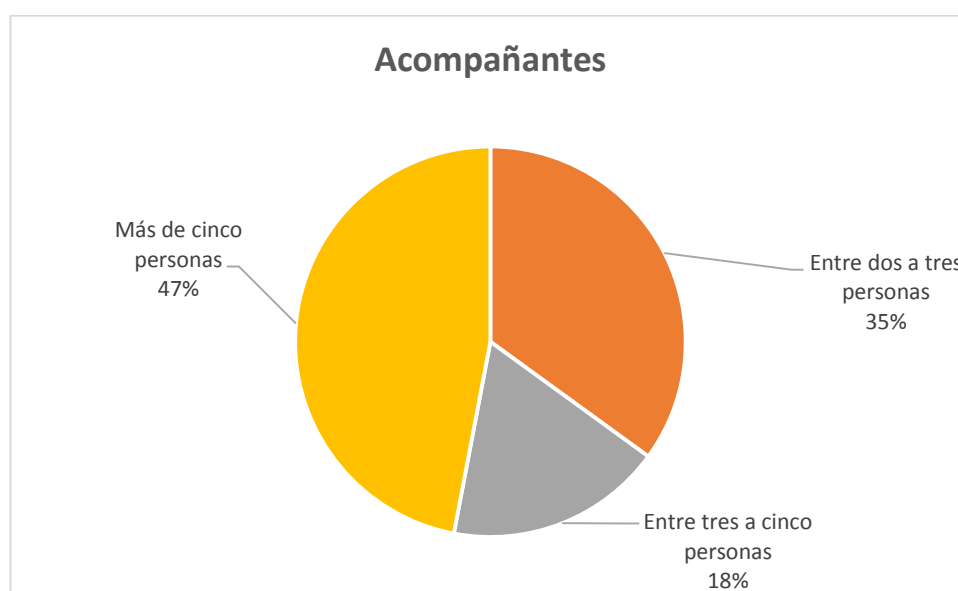


Figura 29. Número de acompañantes.

Los turistas extranjeros viajan acompañados con más de cinco personas el 47%, el 35% entre dos a tres personas y 18% entre tres a cinco personas.

13) Con que frecuencia le gustaría visitar el lugar.

Tabla 30: Frecuencia de visita al lugar turistas extranjeros.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Anualmente	295	100%
Mensualmente	0	0%
Semanalmente	0	0%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez



Figura 30. Frecuencia de visita turistas extranjeros.

Del total de los turistas extranjeros el 100% estaría dispuesto a visitar el centro ecoturístico anualmente.

14) Presupuesto a gastar por día y por persona en el Centro Ecoturístico.

Tabla 31: Presupuesto a gastar por día y por persona turistas extranjeros.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
\$30 - \$40	20	7%
\$41 - \$50	24	8%
\$51 - \$60	41	14%
\$61 - \$70	74	25%
Más de \$70	136	46%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

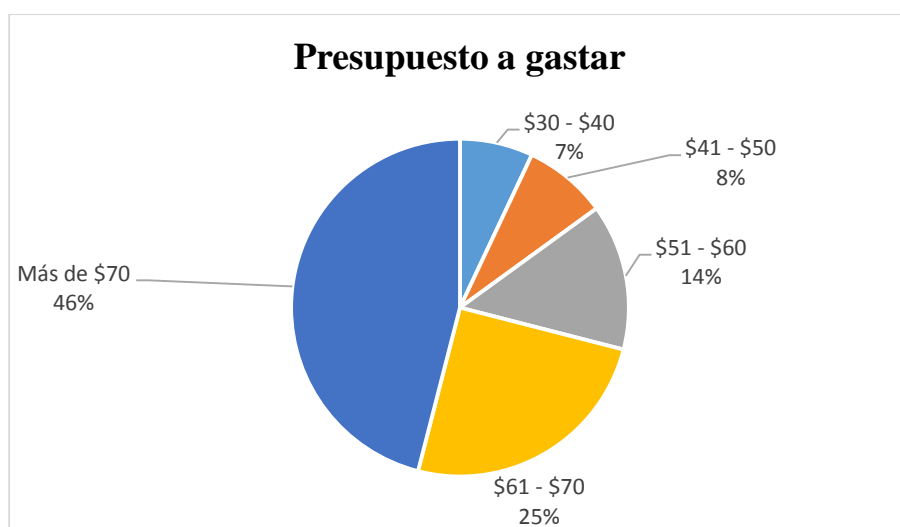


Figura 31. Presupuesto a gastar turistas extranjeros.

Los turistas extranjeros tienen la predisposición de gastar más de \$70 el 46%, el 25% está dispuesto a gastar \$61 a \$70, el 14% valores entre \$51 a \$60, el 8% \$41 a \$50 y el 7% \$30 a \$40.

15) ¿Cuándo viaja lo hace a través de?

Tabla 32: Forma de viaje de turistas extranjeros.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Agencias de viaje	251	85%
Independiente	44	15%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

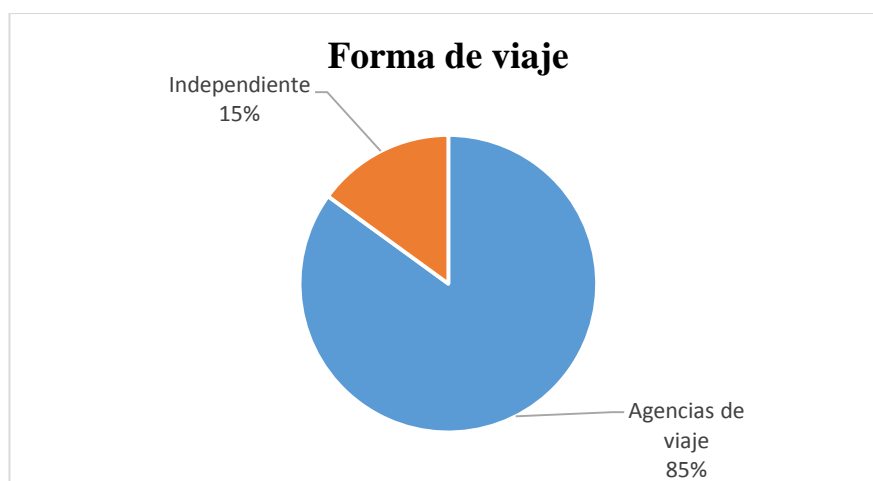


Figura 32. Forma de viaje de turistas extranjeros.

Los turistas extranjeros viajan a través de agencias de viaje el 85%, independientemente el 15%.

16) Medios de información que utilizan para informarse.

Tabla 33: Medios de comunicación que utilizan para informarse turistas extranjeros.

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Radio	0	0%
Televisión	0	0%
Internet	56	19%
Prensa	0	0%
Recomendación de amigos	44	15%
Libros o revistas turísticas	9	3%
Tour operadoras	186	63%
TOTAL	295	100%

Fuente: Encuestas, 2015

Elaborado por: Ximena Vélez

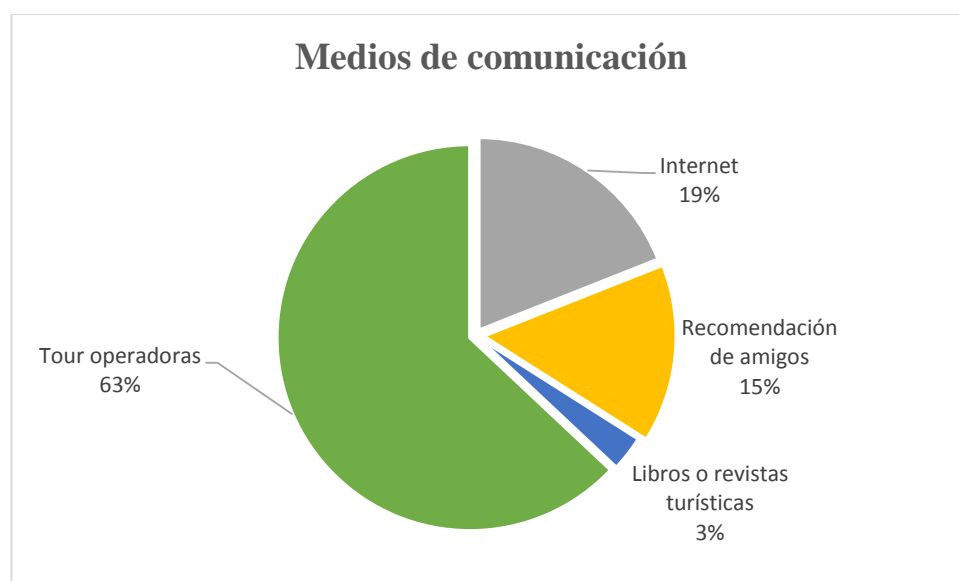


Figura 33. Medios de comunicación que utilizan turistas extranjeros.

Los medios de comunicación que los turistas extranjeros utilizan para informarse como se aprecia en la gráfica son: 63% tour operadoras, 19% internet, 15% recomendación de amigos y 3% libros o revistas turísticas.

4. Definición del perfil del visitante.

a. Perfil del turista nacional.

Los turistas y/o visitantes nacionales, que visitan el Parque Nacional Yasuní, provienen principalmente de las ciudades de Quito y Riobamba, con un rango de edades que va desde los 18 a 29 años en un 56%, siendo en su mayoría mujeres, con un nivel de instrucción de Pregrado en un 84%.

El 60% de los turistas nacionales están dispuestos a visitar más de 3 días la Provincia de Orellana, siendo el principal motivo de su viaje la observación de flora y fauna en un 58%, vacaciones (32%) y cultura / comunidades (10%).

El 85% de los turistas mencionan no conocer el cantón Joya de los Sachas, por lo cual el 98% les gustaría que se implemente el centro ecoturístico y que incluya hospedaje. Los servicios que prefieren son alimentación 45%, área de recreación 20% y guianza 19%. Dentro de las actividades prefieren observación de flora y fauna 24%, huerto ecológico 22%, caminatas 18%. El tipo de comida que prefieren es nacional en un 50% y típica un 35%.

Los turistas nacionales están dispuestos a visitar el centro ecoturístico entre 3 a 5 personas en un 50%, la frecuencia de visita sería anualmente y están dispuestos a pagar por día y por persona \$41 - \$50 en un 29%, viajan en su mayoría independientemente el 60%, los medios de comunicación que utilizan para informarse son: Internet (38%), Tour operadoras (37%) y televisión (22%).

b. Perfil del turista extranjero.

Los turistas y/o visitantes extranjeros, que visitan el Parque Nacional Yasuní, provienen principalmente de los países de Estados Unidos (43%), Reino Unido (19%), Canadá y Alemania 8%, con un rango de edades que van desde los 50 a 59 años en un 36%, siendo en su mayoría mujeres, con un nivel de instrucción de Pregrado en un 52%.

El 47% de los turistas extranjeros están dispuestos a visitar más de 3 días la Provincia de Orellana, siendo el principal motivo de su viaje la observación de flora y fauna en un 51%, vacaciones (23%) y cultura / comunidades (18%).

El 100% de los turistas mencionan no conocer el cantón Joya de los Sachas, por lo cual al 99% les gustaría que se implemente el centro ecoturístico y que este incluya hospedaje. Los servicios que les gustaría que se incluyan son alimentación 40%, interpretación ambiental 23%. Las actividades que prefieren realizar los turistas extranjeros son observación de flora y fauna 25%, huerto ecológico 20%. El tipo de comida que prefieren es internacional en un 34%, nacional (26%) y vegetariana (25%).

Los turistas extranjeros están dispuestos a visitar el centro ecoturístico con más de 5 personas el 47%, la frecuencia de visita sería anualmente y están dispuestos a pagar por día y por persona más de \$70 en un 34%, viajan en su mayoría a través de agencias de viaje el 85%, los medios de comunicación que utilizan para informarse son: Tour operadoras (63%), internet (19%) y recomendación de amigos (15%).

5. Proyección de la demanda actual

La demanda turística actual del Parque Nacional Yasuní es de un promedio de 13.859 anuales distribuidos, el 79% son visitantes extranjeros y el 21% son turistas nacionales. (La tasa de incremento usada fue del 7% este valor fue tomado de los indicadores del Ministerio de Turismo en relación a los últimos 5 años), la proyección es para 5 años.

Tabla 34: Proyección de la demanda actual nacional y extranjera para los próximos cinco años.

Año	Demanda Nacional	Demanda extranjera
	21%	79%
2015	2910.00	10949.00
2016	3113.70	11715.43
2017	3331.66	12535.51
2018	3564.88	13413.00
2019	3814.42	14351.91
2020	4081.43	15356.54

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

6. Proyección de la demanda potencial.

De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales el 98% desean visitar el Centro Ecoturístico; es decir universo de 2.852 visitantes; de la misma manera el 99% de los turistas extranjeros quieren visitar el lugar, lo cual representa un universo de 10.840 visitantes.

A continuación se detalla la proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.

Tabla 34: Proyección de la demanda potencial nacional y extranjera para los próximos cinco años.

Año	Demanda Nacional	Demanda extranjera
	21%	79%
2015	2852.00	10840.00
2016	3051.64	11598.80
2017	3265.25	12410.72
2018	3493.82	13279.47
2019	3738.39	14209.03
2020	4000.08	15203.66

Fuente: Investigación secundaria, 2015.

Elaborado por: Ximena Vélez.

7. Análisis de la oferta.

a. Diagnóstico situacional.

1) Ámbito físico - espacial.

En el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón La Joya de los Sachas, se establece la siguiente información:

a) Localización y ubicación geográfica.

El Cantón La Joya de los Sachas se encuentra ubicado al noroeste de la Provincia de Orellana, Su población alcanza a 37.591 habitantes según el último censo de población y vivienda realizado en noviembre del año 2010. Tiene una tasa de crecimiento anual de 3.94%, alcanzando aproximadamente hasta la actualidad 40.512 habitantes, distribuidos mayoritariamente en el área rural (69,46%) y el (30,54%) corresponde al área urbana. La población cantonal representa el 28% del total de habitantes de la provincia de Orellana. La estructura poblacional la conforman tanto colonos provenientes de varias provincias, así como indígenas de la región Amazónica, destacándose la nacionalidad Kichwa, cubriendo un espacio geográfico de 1.197.23 Km², la altitud varía entre 267 a 285 metros sobre el nivel del mar.

b) Superficie.

La superficie aproximada de 1.197,23 Km² (0,5% del territorio nacional).

c) Orografía.

Es regular de tierra firme y está formado por una zona plana, con suelos arcillosos de textura delgada y características ferruginosas, y suelos medios de textura media. Las precipitaciones pluviales van desde los 2.650 mm a 4.500 mm anuales, de mayo a noviembre existe una mayor frecuencia de lluvias.

d) Hidrografía.

El territorio de La Joya de los Sachas, se encuentra dentro de la cuenca hidrográfica del Río Napo, a continuación se describen los principales ríos y drenes existentes en el cantón:

- i. Drenajes menores del Río Coca
- ii. Río Jivino
- iii. Río Eno
- iv. Río Yanayacu
- v. Río Blanco
- vi. Río Yanaquíncha
- vii. Río Aguajal
- viii. Drenajes menores del Río Napo
- ix. Ríos Principales

2) Ámbito ecológico – territorial.-

En el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón La Joya de los Sachas, se establece la siguiente información:

a) Climatología

i. Temperatura.

Temperatura normal es de 28°C, con mínimas de 18°C y máximas de 34°C.

ii. Altitud.

La altitud varía entre 267 a 285 metros sobre el nivel del mar.

iii. Precipitación pluvial.

Las precipitaciones pluviales van desde los 2.650 mm a 4.500 mm anuales, de mayo a noviembre existe una mayor frecuencia de lluvias.

b) Ecología.

i. Zonas de vida

Dentro del Cantón de La Joya de los Sachas, existen dos tipos de ecosistemas principales, estos son: Bosque Inundable de la Llanura Aluvial de Ríos de Aguas Blancas de la Amazonía y Bosque Siempre Verde de la Penillanura de la Amazonía, según el mapa de vegetación del Ecuador continental del Ministerio del Ambiente, 2011.

- **El ecosistema Bosque Inundable de la Llanura Aluvial de Ríos de Aguas Blancas de la Amazonía**, se ubica en la zona sur oeste del cantón, a las orillas del río Napo, en las parroquias de San Sebastián del Coca, San Carlos, Unión Milagreña y Pompeya. Siendo éstas áreas donde se encuentra el mayor número de humedales o moretales del territorio cantonal, con una susceptibilidad mayor a eventos de inundaciones.
- **El ecosistema Bosque Siempre Verde de la Penillanura de la Amazonía**, mismo que ocupa la mayor parte del territorio (96.986 Ha), se encuentra en la zona más alta del cantón y con menor grado de incidencia de inundaciones. Las parroquias que se encuentran dentro de este ecosistema, son todas las del cantón, incluyendo parte de la superficie de aquellas parroquias que se encuentran a orillas del río Napo.

ii. Biodiversidad

• Flora

En las siguientes tablas se mencionan las principales especies de flora y fauna encontradas en el cantón la Joya de los Sachas.

Tabla 36: Especies de flora.

FAMILIA	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Anacardiácea	Ciruela	Spondias purpurea
Anacardiácea	Mango	Mangúfera indica
Anacardiácea	Marañón	Anacardium occidentale
Annonaceae	Anón	Annonasquamosa
Annonaceae	Chirimoya	Annona reticulata
Annonaceae	Guanábana	Annona muricata
Araceae	Coco	Coccoloba nucifera
Araceae	Bore	Xanthosoma sp.
Acanthaceae	Quiebrabarrigo	Trichanthes gigantea
Arecaceae	Chapil	Oenocarpus bataua
Arecaceae	Chonta	Aiphanes horrida
Arecaceae	Chonta pambil	Bactris gasipaes
Arecaceae	Morete	Mauritia flexuosa

Arecaceae	Pambil	Iriarteaventricosa
Asteraceae	Saragosa	Tagetespatula
Bignoniaceae	Guayacán	Tabebuiasp
Bignoniaceae	Jacaranda	Jacaranda copaia
Bombacaceae	Balsa	Ochromapyramidale
Bombacaceae	Ceibo	Ceiba pentandra
Bombacaceae	Zapote	Matisia cordata
Boraginaceae	Laurel	Cordiaalliodora
Burseraceae	Copal	Dacryodessp.
Caricácea	Papaya	Carica papaya
Caricácea	Chamburo	Vasconcelleacundinamarcensis
Caricácea	Papayuelo	Jacaratiadigitata
Caesalpinaceae	Cruz caspi	Browneasp.
Caesalpinaceae	Pachaco	Schizolobiumparahyba
Cecropiaceae	Uva de monte	Pouroumacecropiifolia
Ciclantáceas	Paja toquilla	Carluduvicapalmata
Clusiaceae	Bella maría	Calophyllumlongifolium
Crassulaceae.	Dulcamara	Kalanchoegastonis-bonnieri
Erythroxylaceae	Coca silvestre	Erythroxylumsp.
Esterculiáceas	Cacao	Theobroma cacao
Euphorbiaceae	Caucho	Hevea brasiliensis
Euphorbiaceae	Sangre de drago	Crotonlechleri
Euphorbiaceae	Maní de árbol	Caryodendronorinocense
Fabaceae	Gliricidia	Gliricidiasepium
Fabaceae	Guarango	Parkia nítida
Fabaceae	Guaba	Inga sp
Gramínea	Pasto dallis	Brachiariahumidicola
Heliconiaceae	Bijao	Heliconia bihai
Heliconiaceae	Platanillo	Heliconia hirsuta
Lauráceae	Aguacate	Persea americana
Lamiácea	Albaca	Ocimumbasilicum
Leguminosae	Porotillo	Erythrinasp
liliáceas	Sabila	Aloe vera
Malpigiáceas	Ayaguasca	Banisteriopsiscaapi
Malvaceae	Algodón	Gossypiumhirstium
Malvaceae	Peine de mono	Apeibaaspera
Meliaceas	Caoba	Swieteniamacrophylla
Meliaceas	Cedro blanco	Cedrela montana
Myrtaceae	Arazá	Eugenia stipitata
Myrtaceae	Guayaba	Psidiumguajava
Myrtaceae	Pomarosa	Syzygiumsp.
Moraceae	Frutipan	Artocarpusaltilis
Moraceae	Higuerón	Ficus sp
Moraceae	Matapalo	Ficus sp.
Moraceae	Sande	Brosimumutile

Musaceae	Banano	Musa paradisiaca
Musaceae	Plátano	Musa sp
Myristicaceae	Sangre de gallina	Otoba parvifolia
Olacaceae	Guanbula	Minquartiaguianensis
Palmaceas	Palma real	Roystonea Regia
Poaceae	Caña guadúa	Guadua angustifolia
Polypodiaceae	Helecho	Polypodiumsp
Rubiaceae	Café	Coffeacanephora
Rubiaceae	Capirona	Calycophyllumobovatum
Rutacea	Limón	Citrus aurantifolia
Rutacea	Mandarina	Citrus reticulata
Rutacea	Naranja agria	Citrus aurantium
Rutacea	Naranja	Citrus sinensis
Sapotaceae	Sapote de monte	PouteriaHypoglaucia
Sapotaceae	Caimito	Pouteria caimito
Siparunaceae	Asma	Siparunadecipiens
Urticaceae	Ortiga	Urtica dioica
Vochysiaceae	Arenillo	Erismauncinatum

Fuente: Investigación primaria.

• Fauna

El presente diagnóstico ha determinado las principales especies de fauna silvestre y fauna doméstica.

Tabla 37: Fauna presente en el cantón.

FAMILIA	NOMBRE COMÚN	NOMBRE CIENTÍFICO
Dasyrodidae	Armadillo	Dasyrodus novemcinctus
Dasyproctidae	Guatusa	Dasyprocta punctata
Dasyproctidae	Guatusa negra	Dasyprocta fuliginosa
Procyonidae	Cusumbo	Potos flavus
Cebidae	Mono machin	Cebus albifrons
Cebidae	Barizo	Saimiri sciureus
Cebidae	Mono	Aotus vociferans
Aotidae	Mico nocturno	Aotus lemurinus
Cebidae	Mono leoncillo	Callithrix pygmaea
Procyonidae	Cuchucho	Nasua nasua
Caviidae	Capibara	Hydrochaeris hydrochaeris
Dasyproctidae	Guatín	Myoprocta pratti

Cebidae	Mono chichico	Saginusnigricollis
Cebidae	Mono de bolsillo	Cebuellapygmaea
Tayassuidae	Sajino	Pecaritajacu
Caluromyidae	Raposa	Glironia venusta
Didelphidae	Raposa de agua	Chironectesminimus
Cebidae	Mono chorongó	Lagothrixlagotricha
Phyllostomidae	Murciélago orejudo	Micronycterisdaviesi
ANFÍBIOS		
Ranidae	Rana	Rana palmipes
Microhylidae	Rana verde	Hyla geográfica
Bufonidae	Sapo	Bufo marinus
REPTILES		
Podocnemididae	Charapa	Podocnemisunifilis
Teiidae	Lagartija	Ameibasp.
Teiidae	Lagartija	Anolis sp.
Elapidae	Coral	Micruruslemniscatus
Alligatoridae	Caimán negro	Caimancrocodylus
Viperidae	Culebra equis	Bothriechisbilineatus
Viperidae	Culebra	Bothropsatrox
Boidae	Boa	Boa constrictor
Colubridae	Serpiente	Xenoxybelisargenteus
Colubridae	Serpiente	Xenodonrabocephalus
Boidae	Anaconda	Eunectesmurinus
Viperidae	Serpiente	Bothriopsisbilineata
AVES		
Accipitridae	Águila pescadora	Pandionhaliaetus
Ardeidae	Garcilla estriada	Butoridesstriatus
Ardeidae	Garceta azul	Egrettacaerulea
Ardeidae	Garza tigre castaña	Tigrisomalineatum
Ardeidae	Garza	Casmerodiusalbusegretta
Accipitridae	Eliano tijereta	Elanoidesforficatus
Cuculidae	Garrapatero mayor	Crotophagamajor
Cuculidae	Cuco ardilla	Piaya cayana nigricrissa
Anhingidae	Aninga	Anhingaanhinga
Donacobiidae	Donacobio	Donacobiusatricapilla
Psittacidae	Guacamayo ventirojo	Orthopsittacamanilata
Psittacidae	Guacamayo	Ara macao
Psittacidae	Guacamayo azul	Ara arauna
Psittacidae	Loro	Aratingasp.
Tinamidae	Perdíz	Crypturellussp
Cuculidae	Garrapatero	Crotophagaani
Cracidae	Pava de monte	Penelopesp
Psittacidae	Loros	Brotogerissp
Psittacidae	Lora	Amazona sp
Ramphastidae	Tucán goliblanco	Ramphastostucanus

Ramphastidae	Asafaribifajeado	Pteroglossuspluricinctus
Ramphastidae	Tucán	Ramphastospp
Ramphastidae	Carpintero lineado	Dryocopuslineatus
Ramphastidae	Carpintero	Chrysotiluspunctigula
Ralidae	Gallareta púrpura	Porphyramartinica
Cracidae	Paujil	Mitusalvini
Anhingidae	Pato aguja	Anhingaanhinga
Columbidae	Tortolita menuda	Columbina talpacoti
Thraupidae	Tangara enmascarada	Ramphocelusnigrogularis
Cracidae	Pava de monte	Penelopesp.
Pandionidae	Águila pescadora	Pandionhaliaetus
Tinamidae	Tinamú grande	Tinamú major
Troglodytidae	Soterrey mirlo	Campylorhynchusturdinus
Hirundinidae	Golondrina alirrasposa sureña	Stelgidopteryxruficollisruficollis
Tyrannidae	Tirano tropical	Tyrannusmelancholicus
Tyrannidae	Mosquero picudo	Megarynchuspitangua
Galbulidae	Jacamar orejiblanco	Galbalcyrhynchusleucotis
Icteridae	Turpial dorsinaranja	Icteruscroconotus
Icteridae	Bolsero de morete	Icteruschrysocephalus
Icteridae	Oropéndola	Psarocoliusangustifrons
Icteridae	Caciques	Cacicus cela
Jacaniidae	Jacana curunculada	Jacana jacana
Catartidae	Gallinazo	Coragypsatratus
Alcedinidae	Martín pescador amazónico	Chloroceryle amazona
Alcedinidae	Martín	Alcedo atthis
Opisthocomidae	Hoatzin	Opisthocomushoazin
Psittacidae	Loro	Amazona ochrocephala
Psittacidae	Perico cachetirojo	Aratingaerythrogenys
Psittacidae	Loro cabeciazul	Pionusmenstruus
Psittacidae	Loro pequeño	Brotogerissp.
Psittacidae	Perico cabeciobscuro	Aratingaweddellii
ICTIOFAUNA		
Cichlidae	Vieja	Aequidenssp.
Erythrinidae	Guanchinche	Hopliasmalabaricus
Prochilodontidae	Bocachico	Prochilodusnigricans
Potamotrygonidae	Raya de agua dulce	Potamotrygonidae
Dactylogyridae	Piraña	Serrasalmusrhombeus
Characidae	Sábalo	Bryconmelanopterus
Gymnotidae	Pez eléctrico	Electrophoruselectricus
Pimelodidae	Bagre	Pimelodusornatus

Fuente: Investigación primaria.

iii. Áreas protegidas.

En el territorio del Cantón La Joya de los Sachas no existen parques nacionales, sin embargo, las parroquias de San Carlos y Pompeya, mismas que se encuentran a orillas del río Napo, en la parte sur este del cantón se encuentran a aproximadamente 5,15 kilómetros de distancia del punto más próximo del Parque Nacional Yasuní, formando parte del área redundante.

c) Zonas de riesgo.

El Cantón “La Joya de los Sachas” se encuentra en la zona sísmica II; es decir zona de riesgo sísmico intermedio bajo, por lo que se debe tomar en cuenta en el caso de realizar construcciones de estructuras especiales.

Es decir que el cantón La Joya de los Sachas, tiene una probabilidad del 25% de ocurrencia de sismos.

i. Zonas de riesgo por deslizamientos.

El nivel de amenaza por deslizamientos o derrumbes, el Cantón “La Joya de los Sachas” posee bajo peligro, como lo demuestra el Instituto Geofísico de la Escuela Politécnica Nacional.

3) Ámbito socio – cultural.

a) Antecedentes históricos.

El año 1971 marcó una época en la historia del Ecuador, fue el inicio del Boom Petrolero en nuestro país y precisamente este hecho es el que dio origen al presente relato, que más que una simple narración de los hechos, es la historia viviente de cómo se formó lo que hoy conocemos como el Cantón La Joya de los Sachas.

El 25 de marzo de 1971, el señor Segundo Criollo junto a su hermano Alcides Criollo, que ya conocían las bondades de estas tierras, partieron rumbo al Oriente, desde su tierra natal San Fernando provincia del Azuay, primeramente llegaron a la Shell, provincia de Pastaza, lugar donde se encontraron con el señor Germán Torres su esposa Angélica Llerena y el señor Jorge Gallegos, los mismos que basados en la amistad que existía entre todos les invitaron a conocer un pueblito que llevaba de nombre Cascales, donde la familia Torres ya tenían sus fincas con pequeños cultivos.

Varios fueron los días que pasaron en Cascales, este grupo de amigos aventureros que lo único que tenían en mente era encontrar un lugar digno donde conseguir mejores días para sus familias, una tarde y luego de varias conversaciones decidieron ingresar más a la amazonia siguiendo las trochas que dejaban quienes en aquel entonces laboraban en las empresas petroleras, en este viaje realizaron Germán, Francisco y Demetrio Torres, las señoras Angélica Llerena, Estefanía Crespo, con sus hijos Lupe y Abel Torres, José Pastaza, Antonio Merizalde, Jorge Gallegos y el niño Manuel Llerena, muchos fueron los obstáculos que tuvieron que atravesar como pantanos, ríos, torrenciales aguaceros, encuentro con animales silvestres, con decisión y habilidad construían improvisados campamentos donde en algunas ocasiones preparaban sus alimentos y descansaban, agotados por los varios días de caminata un jueves 01 de abril de 1971, llegan a este sitio donde

inmediatamente tomaron posesión de las tierras y decidieron conformar una pre-cooperativa agrícola.

Nada era fácil en ese entonces, vías de acceso no existían, apenas se podía caminar por las trochas en medio de la impenetrable selva, a todo ello se suma que estas tierras aparentemente ya tenían otros dueños como la pre-cooperativa San Francisco de Quito y otro grupo liderado por un ingeniero de nombre Jorge Espinoza, quien era empleado de la compañía DOCHI, pero más fue el coraje y la valentía desafiaron todo peligro quienes se convertirían más tarde en los fundadores de este pueblo.

De acuerdo a lo que manifiestan los primeros habitantes de este sector el 23 de abril de 1971 se nombra y posiona legalmente a la primera directiva de esta organización, que debido a la exuberancia y belleza de sus tierras los primeros colonos querían bautizarle con un nombre que llame la atención a todos.

Se tomó como referencia el primer pozo petrolero que se encontró y perforo en este sector y se llamó “SACHA 7” que en el léxico Quichua significa “SELVA o MONTE” más tarde en una de tantas reuniones y cuando parecía que no encontrarían un nombre apropiado uno de los participantes en la reunión al no ponerse de acuerdo exclamó en tono de burla, “SOMOS UNA JOYA”, quienes dirigían la sesión dijeron ya está, consideremos que “JOYA” significa algo precioso o excelente por lo que antepondremos y el nombre de la pre-cooperativa será “LA JOYA DE LOS SACHAS”, inmediatamente todos comentaron al respecto e indicaron estar de acuerdo ya que este lugar es una “JOYA EXUBERANTE”.

La Fundación de; “LA JOYA DE LOS SACHAS” verdaderamente es un episodio único y merece especial atención.

Que este hecho sea recordado como testimonio de un triunfo de fe, que llevó a un grupo de personas a edificar un pueblo con costumbres y tradiciones diferentes, pero con un mismo objetivo buscar un futuro promisorio para sus descendientes.

Hombres y mujeres desafiando la crudeza de la naturaleza, las adversidades de la vida, llegaron a este territorio que les cobijó y les ofreció, la gran oportunidad de conocer el prodigio que esta tierra fecunda les ofrecía; algunos habían llegado antes a este sector pero no como colonos, sino como trabajadores de las compañías petroleras asentadas en estos sitios como el señor Justo Becerra, Víctor Guailas entre otros.

La organización de este lugar continuaba sustentada en las acciones de la pre-cooperativa “LA JOYA DE LOS SACHAS”, la Directiva de aquel entonces destinó un lote de terreno de 250 metros de largo por 100 metros de ancho, para la construcción de las viviendas del centro poblado. Lugar donde ahora se ubica el Hotel Americano, allí se levantó el primer rancho de pambil, frente a esta vivienda se empezó a construir la escuela Ciudad de Ibarra, siendo sus primeros profesores los señores Wilson Ron y Clara Guevara; que fueron los primeros educadores. Cuatro meses después se incorporaron los profesores Leonardo Salazar, Ubaldo Chacha y Auduberto Izurieta”.

Transcurría el año 1976, debido a la fuerza del invierno, los cauces de los ríos aumentaron y se desbordaron, arrasando los puentes de comunicación sobre los ríos Coca y Aguarico, la fuerza de azote natural, dejó aislados e incommunicados a los colonos residentes en la zona y pueblos vecinos. Aquellos días fueron difíciles, las pocas raciones de alimentos que llegaban del Gobierno Central no abastecían, pero la bonanza y la riqueza de estas tierras, permitió a los pobladores superar rápidamente los problemas ocasionados por la naturaleza, en aquellos tiempos la cacería y la pesca era una bendición y había abundancia, por lo que en poco tiempo las construcciones mejoraron, empezaron abrir trochas que más tarde se convertirían en calles así como también empezaron a llegar más colonos de diferentes partes del país.

Uno de los principales factores para el avance de estos pueblos fue sin duda, la presencia de las compañías petroleras que se constituyeron en valiosas fuentes de trabajo, con lo cual se mejoró la calidad de vida de los primeros habitantes que se asentaron en estas fructíferas tierras que les abrió las puertas.

b) Características básicas de la población

En el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón La Joya de los Sachas, se establece la siguiente información:

i. Idioma

La población de las nacionalidades a nivel del cantón la Joya de las Sacha, es de 5.908 personas Kichwas, no hay asentamientos de otras etnias, constituye el 13% de la población del cantón la Joya de los Sachas.

ii. Población cantonal

La población del Cantón Joya de los Sachas es de 40.512 habitantes, distribuidos mayoritariamente en el área rural (69,46%) y el (30,54%) en el área urbana.

iii. Migración

El flujo migratorio al exterior, aunque en menor medida los jóvenes emigran del campo a la ciudad, también lo hacen a las ciudades grandes como Quito, Guayaquil, Riobamba, Ambato y otros lugares, ya sea por estudio, unión familiar o trabajo, principalmente. Estos movimientos migratorios sucedieron fundamentalmente por factores económicos, por buscar nuevas oportunidades que les permitan mejorar el nivel de vida de sus familias. (De acuerdo al período intercensal 2001 – 2010).

El principal destino de los migrantes del Cantón La Joya de los Sachas es España, esto se debe principalmente al idioma que ha posibilitado la integración de los migrante a la sociedad española, otro posible factor son las diferencias salariales que existen entre los dos países. El 12,22% no especifica el lugar de destino, seguido por Estados Unidos, Colombia e Italia, aunque existen menos casos.

iv. Alfabetismo y Analfabetismo.

Analfabeta es la persona que no sabe leer y escribir. Desde el enfoque sociocultural el analfabetismo no significa ausencia de conocimientos. El analfabetismo dificulta el acceso dinámico a conocimientos actualizados.

El nivel de instrucción en el cantón es bajo, el analfabetismo afecta al 8,94% de las mujeres frente al 6,07% de los hombres, en el área rural la situación es más grave, el analfabetismo femenino asciende al 9,74% frente al 6,07% del analfabetismo masculino.

Como se puede observar el analfabetismo en la zona rural y especialmente en las mujeres es más alto, estas limitaciones se deben a las inequidades social, de género, étnica, la tradición machista

de la familia, los matrimonios o embarazos a temprana edad y la pobreza que tiene incidencia sobre el conjunto de la población, lo que ha generado que el promedio de años de escolaridad sea de 7,7 años para hombres y 6,4 años para mujeres. (INEC, 2010).

c) Servicios básicos disponibles.

En el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón La Joya de los Sachas, se establece la siguiente información:

i. Salud

Según acuerdo Ministerial N° 00000681 R.O. 536 del 16 Sep. 2011, el cantón La Joya de los Sachas actualmente cuenta con 10 Unidades de Salud emplazados a lo largo del territorio. Un centro urbano de salud con atención de 24 horas ubicado en la cabecera cantonal, ocho centros de salud de 8 horas y un puesto de salud localizado en la parroquia Rumipamba.

De acuerdo a información entregada por el Centro de Salud N.-2 La Joya de los Sachas, entre las 10 enfermedades más frecuentes atendidas en consulta externa en el año 2011 en el Cantón La Joya de los sachas encontramos como principal con el 18, 1 % enfermedades de infección respiratoria, seguida por parasitosis con 17, 7%, actualmente el cantón no cuenta con agua potable, por lo que enfermedades de este tipo se atribuye a la baja calidad de agua para consumo.

ii. Vías.

La Zona urbana del Cantón La Joya de los Sachas se encuentra delimitada mediante ordenanza y comprende las diferentes Avenidas y calles que conforman la red vial de la Ciudad.

Las vías urbanas del Cantón La Joya de los Sachas se encuentran dentro de los parámetros de diseño geométrico aceptable, se hallan bien definidas y equipadas.

El Cantón la Joya de los Sachas se conecta por vía terrestre a las distintas regiones del país mediante la arteria vial de la Troncal Amazónica.

Por el Norte: Enokanqui, El Eno, Nueva Loja, Cáscales, el Chaco, Baeza y se conectan con las vías del MOPT hacia la sierra centro norte (Pichincha).

Por el Sur: San Sebastián del Coca, Puerto Francisco de Orellana, Loreto, Archidona, Tena, Puyo, se conecta con las vías del MOPT hacia la sierra centro (Tungurahua). Las vías anteriormente mencionadas de la troncal amazónica conforman un anillo vial: La Joya de los Sachas, Puerto Francisco de Orellana, la Y del 24, Baeza, Nueva Loja.

iii. Transporte terrestre.

- **Urbano**

Respecto al servicio urbano el Cantón La Joya de los Sachas, no dispone de este servicio, pero es parte fundamental del desarrollo, por ello es importante estudiar, planificar, diseñar e implementar un sistema de transporte que sea eficiente, que mejoren la calidad de vida y que se adapten constantemente a los constantes cambios de modernización y desarrollo de la ciudad.

El servicio de buses escolares es definitivamente nulo, el único que ofrece este servicio a sus alumnos, es la Unidad Educativa Santiago de Quito.

- **Rural**

Todas las parroquias del cantón disponen del servicio de transporte público, ofertado por dos compañías de transporte, a través de las llamadas rancheras, que recorren la mayor parte de las comunidades de la parroquia, las rutas y frecuencias dependen de la afluencia y movimientos de personas y bienes.

- **Transportación intra e inter provincial**

Se estima que es suficiente para cubrir la demanda de pasajeros. Con la modalidad de transporte pesado se observa un importante número de unidades y operadoras que se enfocan al servicio auxiliar petrolero.

En lo que respecta al transporte alternativo como bicicletas, dado la orografía plana del terreno en general, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de La Joya de los Sachas deberá hacer un estudio para considerar incrementar este medio en sus vías dotando de ciclo vías.

El flujo y conectividad de Transportes dentro del Cantón es considerado como un foco comercial ya que conecta la Provincia de Sucumbíos con la Provincia de Orellana.

iv. Comunicaciones.

En el Cantón existen 2067 líneas telefónicas, de las cuales suscritas en Joya de los Sachas se encuentran 2053 líneas, las restantes son líneas registradas en Quito.

De los datos proporcionados de la Secretaria Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL), se determina que el 10% de la población del Cantón La Joya de los Sachas tienen el servicio de telefonía fija y el 75% de la población del cantón disponen del servicio de telefonía móvil.

De igual manera de los datos del INEC Censo del 2010, se determina que el 74% de la población dispone de un teléfono móvil. El 74% de la ciudadanía del cantón La Joya de los Sachas cuentan con el servicio de telefonía móvil con las compañías de telefonía móvil de CLARO, MOVISTAR Y ALEGRO.

v. Vivienda.

Según información proporcionada por el INEC en el cantón hay 11.211 viviendas por lo cual el 64,3% de ellas localizadas en la zona rural y 35,7% en la zona urbana.

El 68,1% de las viviendas son de tipo casa o villa, 11,3% cuartos en casa de inquilinato y 0.01% hospital, clínica, entre otros.

Las viviendas del cantón están constituidas por el 85,1% son de cubiertas de zinc, y 50,0% se encuentran en estado regular. El 51,0% de las paredes exteriores de las viviendas son de madera y 53,7% se encuentran en estado regular. El 49,0% de los materiales del piso son de tabla sin tratar y 53,0% de ellas se encuentran en condiciones regulares.

vi. Abastecimiento de agua.

El 41.6% de las viviendas del cantón son dotadas con el Sistema de Agua Potable; 58,4% tiene déficit en el abastecimiento de este servicio, sobre todo en el área rural en parroquias como: Unión Milagrena, Pompeya, Enokanqui y San Carlos.

Existen alternativas para la dotación de agua apta para el consumo humano a través de pozos, ríos, vertientes, acequias o canales, agua de lluvia o de carro repartidor.

vii. Alcantarillado sanitario.

Solo 30,5 % de las viviendas del cantón poseen Sistema de Alcantarillado Sanitario, notándose un gran déficit en el abastecimiento de este servicio, por lo que se refleja con mayor proporción en el área rural sobre todo en las parroquias Tres de Noviembre, Rumipamba, Unión Milagreña, Lago San Pedro y Pompeya.

Existen opciones para la eliminación de aguas servidas como son: pozo ciego (en mayor cantidad), pozo séptico, letrina, descarga al río, lago o quebrada.

viii. Eliminación de basura.

El 49.6% de las viviendas del cantón posee el servicio de recolección de desechos sólidos, el 50,4% no posee este servicio sobre todo en las parroquias de San Carlos, Enokanqui y Pompeya.

Existen alternativas externas para eliminar los desechos sólidos en el cantón, en las viviendas donde no se poseen el servicio, la eliminan de diversas formas: la arrojan en terreno baldío quebrada, la entierran, la arrojan al río, acequia y canal o tienen otra forma de eliminación.

En lo referente al área rural por la gran dispersión de comunidades, la recolección de desechos sólidos se realiza especialmente en las cabeceras parroquiales, en las áreas con mayor densidad poblacional y pocas comunidades a su alrededor. Las parroquias que poseen este servicio son: San Sebastián del Coca, San Carlos, San Pedro del Lago, Enokanqui y Tres de Noviembre.

ix. Energía eléctrica.

Este es el mejor servicio que posee el cantón con un 88,9% de abastecimiento en las viviendas tanto en el área urbana como rural. Las parroquias que tienen en menor proporción el servicio son: San Carlos y Enokanqui.

Existen alternativas para abastecerse de energía eléctrica en el cantón, en otros espacios donde no existe servicio público, tienen otras formas de abastecimiento energéticos así como el generador de luz y paneles solares.

4) Ámbito económico – productivo.

En el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón La Joya de los Sachas, se establece la siguiente información:

a) Población económicamente activa.

Se refiere a la población que se encuentra cumpliendo alguna actividad productiva; según el censo del INEC 2010 en nuestro Cantón son el 59,36% del total de la población del Cantón que equivale a 22.313 personas; de los cuales el 53,88% son hombres y el 46,12% son mujeres; entre los rangos de edad de 15 a 65 años.

Hay que destacar que la mayoría de la PEA del cantón reside en la parroquia La Joya de Los Sachas que es la cabecera cantonal, con un porcentaje del 50,48%; el resto se distribuye entre las 8 parroquias rurales.

b) Sector productivo

El modelo de vida económico productivo del cantón se desarrolla de la siguiente manera:

i. Agricultura

Se caracteriza por tener una gran diversidad productiva, posee uno de los mejores suelos a nivel de la Amazonía y unas excelentes características agroclimáticas, los cuales permiten desarrollar cualquier actividad productiva durante todo el año y en cualquier época. Esto ha dado como resultado que actualmente se cultive la mayoría de los productos que tienen mayor movimiento económico en la parte agrícola, los mismos que están distribuidos de la siguiente manera: cacao 49%, café 23%, palma 3%, arroz 1%, maíz 18%, malanga 2%, palmito 4%.

ii. Producción pecuaria

Se cuenta con pequeños y medianos productores de ganado bovino, el pastoreo se lo realiza a nivel de campo, en extensiones 1 a 5 ha de potreros, entre las gramíneas más predominantes se encuentra: Dallis, Marandu, Elefante, Saboya, Ray Gras, Maralfalfa, Alemán, leguminosas como: maní forrajero, mataraton entre otras. Con una carga animal de 1UBA/Ha, y una producción promedio de 6 litros por vaca.

Entre las razas más comunes se puede citar: Brahman, Holstein, Brown Swiss, Gyr, Mestizas. Nuevas razas introducidas Montbeliarde, Belgian Blue, Nelore.

iii. Artesanía.

En La Joya de los Sachas la artesanía se manifiesta por grupos nativos Kichwa que no han dejado pasar un solo detalle, a pesar del tiempo y las amenazas, su cultura persiste, buscando un desarrollo propio que se ve claramente en su artesanía muy vistosa de colores y diseños representada en la elaboración de trajes con materiales típicos de la Amazonía que la hacen única.

La artesanía nativa utiliza materia prima totalmente natural, extraída del bosque amazónico, con ello elaboran arcos, flechas y lanzas decorativas que las preparan con hilos de diferentes colores, plumas de aves silvestres y con varillas de la chonta o el palmito.

iv. Minería.

La actividad petrolera es la que mayor aporte realiza al PIB de la Amazonía con el 82,97%. La tasa de crecimiento promedio para este sector en los últimos diez años (2.001-2.010) fue de 4,4%. Este crecimiento no fue mayor debido a las fuertes bajas en la producción petrolera en los últimos años.

A nivel de la Provincia de Orellana existen 13 concesiones, lo que significa que cerca del 85% del territorio provincial está concesionado. Dentro de estas concesiones se han instalado 452 pozos que producen crudo en la actualidad.

El total producido en la Provincia asciende a 4,5 millones de barriles. De la producción total de petróleo en Orellana, la mayor parte de la producción corresponde a Petroproducción e YPF (1'209.726 barriles representando el 27,21%).

El cantón La Joya de los Sachas es una zona eminentemente petrolera, existen 161 pozos de petróleo, entre los principales campos petroleros están: Sacha, Palo Azul y Pucuna, los cuales generan ingresos para el sustento y desarrollo del país.

c) Remesas.

El Cantón La Joya de los Sachas, data de 1972, originada por la explotación petrolera y la apertura de nuevas vías. Los colonos emigraron de todas las provincias del país, principalmente de Loja, Bolívar, Manabí, El Oro y Chimborazo, quienes se asentaron en terrenos que pertenecían ancestralmente a comunidades indígenas.

Al igual que el flujo migratorio al exterior, aunque en menor medida los jóvenes emigran del campo a la ciudad, también lo hacen a las ciudades grandes como Quito, Guayaquil, Riobamba, Ambato y otros lugares, ya sea por estudio, unión familiar o trabajo, principalmente. Estos movimientos migratorios sucedieron fundamentalmente por factores económicos, por buscar nuevas oportunidades que les permitan mejorar el nivel de vida de sus familias. (De acuerdo al período intercensal 2001 – 2010).

El principal destino de los migrantes del Cantón La Joya de los Sachas es España, esto se debe principalmente al idioma que ha posibilitado la integración de los migrante a la sociedad española, otro posible factor son las diferencias salariales que existen entre los dos países. El 12,22% no especifica el lugar de destino, seguido por Estados Unidos, Colombia e Italia, aunque existen menos casos.

d) Servicios financieros.

Existen entidades bancarias como la Cooperativa de ahorro y crédito Coca Ltda, Cooperativa de ahorro y crédito 23 de mayo, Cooperativa de ahorro y crédito Ilaló, Cooperativa de ahorro y crédito Cámara de Comercio, Cooperativa de ahorro y crédito Cooperare, Banco del barrio del Banco de Guayaquil, Banco Internacional, Banco del Pichincha, Banco Nacional de Fomento.

5) Ámbito político institucional.

En el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón La Joya de los Sachas, se establece la siguiente información:

a) Límites.

El Cantón La Joya de los Sachas limita con las siguientes circunscripciones territoriales:

Norte: Provincia de Sucumbíos

Sur: Cantón Puerto Francisco de Orellana

Este: Provincia de Sucumbíos

Oeste: Cantón Puerto Francisco de Orellana

b) Organización política del cantón.

El Cantón está conformado por 9 parroquias, una urbana y 8 rurales: Joya de los Sachas su cabecera cantonal, Rumipamba, Enokanki, Pompeya, San Sebastián del Coca, San Carlos, Unión Milagreña, Tres de Noviembre y Lago San Pedro.

c) Organización política institucional

En el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón La Joya de los Sachas, se establece la siguiente información:

i. Instituciones públicas

Las instituciones públicas del cantón La Joya de los Sachas.

Tabla 35. Instituciones públicas.

Instituciones públicas
Comisaría Nacional/Policia.
Comisaría de la mujer.
Fiscalía.
Salud Municipal (Patronato Municipal de Amparo Social).
Ministerio de Salud Pública.
Ministerio de Educación.

Fuente: Estudio sobre Derechos sexuales, reproductivos, vida libre de violencia y participación de la mujer.





Elaboración: Equipo Técnico del GADMCJS.





b. Oferta actual.


2) Atractivos turísticos.

Las riquezas naturales son el mayor atractivo del cantón y permiten al turista disfrutar de innumerables destinos, como las piscinas naturales que se forman en las cascadas de Las Conchas, Yurak Pakcha o Las Pirañas. También se destaca el Lago San Pedro en donde, a través de paseo en canoa, se admira un bosque amazónico de 35 hectáreas. (Ministerio de Turismo, 2014).

Tabla 36: Atractivos naturales del cantón Joya de los Sachas.

NOMBRE	TIPO	SUBTIPO	DESCRIPCIÓN	JERARQUÍA Y FOTOGRAFÍA
Río Eno	Río	Riachuelo	<p>Ubicación: Parroquia Rumipamba.</p> <p>Tiene un ancho de 24m y 3m de profundidad. Sus aguas de aparente color negro pero cristalinas sirven para el consumo humano y es usada por las familias que viven en sus riveras.</p>	<p>Jerarquía I</p> 
Cascada las conchas.	Sitios Naturales	Cascada	<p>Ubicación: Parroquia 3 de noviembre.</p> <p>Este recurso natural tiene una altura de 3,60m y un ancho de 15,50m. La vegetación a los alrededores está caracterizada por pasto Dallis (Brachiaria humidicola), ya que el suelo ha sido dedicado a potreros.</p>	<p>Jerarquía I</p> 
Laguna el Chamanal	Ambiente Lacustre	Laguna	<p>Ubicación: Parroquia 3 de noviembre.</p> <p>La laguna tiene una longitud de 1Km. por 300m de ancho. Sus aguas son negras y frescas con una exuberante vegetación.</p>	<p>Jerarquía I</p> 
Cascada Las Pirañas	Río	Cascada	<p>Ubicación: Parroquia 3 de noviembre.</p> <p>Esta cascada tiene una altura de 12m y un ancho de 4m. Al pie de la cascada se forma un vado, en forma de cono, de 3m de profundidad.</p>	<p>Jerarquía I</p> 



Lago San Pedro	Río	Laguna	<p>Ubicación: Parroquia Lago San Pedro.</p> <p>El lago mide aproximadamente 600m de largo por 200m de ancho, a su alrededor existe un bosque de 35 hectáreas. Sus aguas de color negro son hábitat natural de algunas especies de ictiofauna, entre las que se destacan especies como la piraña.</p>	<p>Jerarquía II</p> 
Cascada Yurak Pacha	Río	Cascada	<p>Ubicación: Parroquia Lago San Pedro.</p> <p>La cascada Yurak Pakcha que quiere decir cascada blanca, Esta caída de agua mide aproximadamente 5m de alto y 8m de ancho.</p>	<p>Jerarquía I</p> 
Lago Verde	Ambiente Lacustre	Laguna	<p>Ubicación: Parroquia San Sebastián del Coca.</p> <p>Este lago mide aproximadamente 800m de largo por 100m de ancho, sus aguas son de color verdoso y está rodeado de un bosque de exuberante vegetación.</p>	<p>Jerarquía I</p> 
Laguna la Democracia	Ambiente Lacustre	Laguna	<p>Ubicación: Parroquia San Sebastián del Coca.</p> <p>Sus aguas son negras y alimentan el caudal del río Basura. El bosque es espeso y el ramaje invade a las lagunas, haciéndolas más atractivas y misteriosas, con paisajes de frondosos bosques siempreverdes.</p>	<p>Jerarquía I</p> 





Balneario La Macareña	Ríos	Riachuelo o Arroyo	Ubicación: Pre-Coop. Unión Macareña. El atractivo natural está formado por varios balnearios alrededor de la pre cooperativa la macareña en la cuenca media del río Yanayacu (Río Negro).	Jerarquía I 
------------------------------	------	--------------------	---	---




Fuente: Departamento de Turismo - GADMCJS, 2015.

Elaboración: Ximena Vélez.

Tabla 37: Atractivos culturales del cantón Joya de los Sachas.

Nombre	Tipo	Subtipo	Descripción	Jerarquía y Fotografía
Piedra Grande	Históricas	Sitios Arqueológicos	Ubicación: Parroquia Rumipamba. Mide aproximadamente 8m de altura y 25m de diámetro. Existe la creencia de que esta piedra pudo ser un meteorito que cayó en ese lugar, esta idea nace en virtud del cráter que se forma alrededor de la roca.	Jerarquía I 
Museo Arqueológico CICAME	Históricas	Museo	Ubicación: Parroquia Pompeya. En la sección etnográfica, del museo se exponen importantes restos arqueológicos encontrados en las riveras del Río Napo y sus afluentes, entre ellos están: instrumentos musicales y de cacería, adornos corporales, artefactos de alfarería, hachas de piedra, urnas funerarias con restos óseos en su interior.	Jerarquía II 

Balneario el Bosque.	Realizaciones técnicas científicas y artísticas	Obras técnicas	<p>Ubicación: Parroquia Lago San Pedro.</p> <p>El atractivo de este lugar es un balneario natural que se forma al margen izquierdo del río Jivino Negro, cuenta con una cabaña de construcción mixta, se presta servicio de alimentación, karaoke, tiene una pista de baile.</p>	<p>Jerarquía I</p> 
Grupo de danza Puma Urku.	Etnografía	Música y danza	<p>Ubicación: Unión Milagreña.</p> <p>Los y las danzantes respetan fielmente la cultura, las tradiciones y costumbres ancestrales de su pueblo; usan la vestimenta típica confeccionada por ellos mismos con materiales de la zona (pieles, semillas y fibras naturales).</p>	<p>Jerarquía II</p> 
Centro turístico y artesanal Kichwa Amaru Yaya.	Grupos étnicos	Grupos étnicos	<p>Ubicación: San Carlos.</p> <p>El centro turístico y artesanal kichwa Amaru Yaya, es una muestra de la esencia cultural de la nacionalidad kichwa, en él se realizan demostraciones de las actividades cotidianas y ancestrales de la cultura kichwa, por ejemplo danza, gastronomía, música, juegos, formas de cultivar la chacra, muestras de shamanismo.</p>	
Balneario La Valladolid	Obras técnicas	Estilo de construcción	<p>Ubicación: Se encuentra a 5km. del cantón Joya de los Sachas.</p> <p>El principal atractivo de este lugar es el balneario natural que se forma al margen izquierdo del río Jivino Negro. Se han implementado 3 chozas: Su construcción es de tipo mixta el techo es de paja toquilla y bambú, incluye servicios de bar, pista de baile y alimentación.</p>	<p>Jerarquía II</p> 

Parque Central Joya de los Sachas	Realizaciones Técnicas y Científicas	Obras Técnicas	<p>Ubicación: sector urbano (sector Av. Los Fundadores y Amazonas).</p> <p>El parque cubre una superficie de una manzana (8.600 m²) a escasos metros del Palacio Municipal y frente a la Iglesia Catedral de la ciudad.</p>	<p>Jerarquía I</p> 
Parque lineal la Joya de los Sachas	Realizaciones Técnicas y Científicas	Obras Técnicas	<p>Ubicación: Zona urbana (Av. Fundadores y Av. Mariscal Sucre).</p> <p>El parque Lineal tiene una extensión de 2.7km está ubicado en la av. principal de acceso a la ciudad, la vía Lago Agrio – Sacha – Coca, divididos en 18 tramos.</p>	<p>Jerarquía I</p> 
Complejo Turístico Yanayacu	Realizaciones Técnicas y Científicas	Obras Técnicas	<p>Ubicación: Se encuentra a 13.5km del cantón Joya de los Sachas.</p> <p>Este complejo turístico está compuesto por 3 piscinas con toboganes, canchas deportivas, discoteca con pista giratoria, bar, restaurant y 12 habitaciones dobles con baño privado, aire acondicionado y televisión por cable.</p>	<p>Jerarquía II</p> 

Fuente: Departamento de Turismo - GADMCJS, 2015.

Elaboración: Ximena Vélez.

3) Oferta turística complementaria

a) Planta turística

Para el análisis de la planta turística se consideró a todos los establecimientos que ofrezcan servicios de prestación turística como: alimentos y bebidas, agencias de viajes, recreación y diversión, que se encuentren registradas en el catastro turístico del cantón Joya de los Sachas actualizado hasta el año 2014, determinando así:

i. Establecimientos de alimentos y bebidas.

Tabla 38: Establecimientos de alimentos y bebidas del cantón Joya de los Sachas.

Tipo: RESTAURANTE							
N°	Nombre	Categoría	Propietario	Dirección	Mesas total	Plazas-mesas	Contacto Telf.:
1	Parrilladas el bosque.	Segunda	Maldonado Apolo Yobania de los Ángeles.	Av. Fundadores y Simón Bolívar.	18	72	62899401
2	Las parrilladas de foguño.	Tercera	Vera Armijos Verónica Gabriela.	Calle Jumandy s/n y los fundadores.	14	56	997155632
3	Las delicias de mi abuela.	Tercera	Mejia Chango Jessica Jenifer.	Central la joya s/n y Av. los fundadores.	20	80	-
4	Lisete.	Tercera	Sánchez Castro Marcelo.	Av. Fundadores.	8	32	2899014
5	Floriselva.	Cuarta	Sánchez Montero Deisy	Barrio Miraflores vía coca calle d	9	36	2899350

6	El Roció.	Cuarta	Tacuri Salinas Santos.	Av. Fundadores junto a trans Baños	8	32	62899268
7	Bambú.	Segunda	García Bravo Omar Alexander.	-	10	40	986253472
Tipo: FUENTE DE SODA							
Nº	Nombre	Categoría	Propietario	Dirección	Mesas total	Plazas-mesas	Contacto
1	Mi Yogu	Segunda	Jimenez Mancheno Susan.	Av. Fundadores y Mariscal Sucre.	3	12	-
2	Greenfrost Natural Frozen Yogurt.	Segunda	Veloz Vargas Froilan Alciviades.	Av. Los fundadores y 12 de febrero.	6	24	980426906
3	Ice Cream Aniem.	Segunda	Quezada Verdezoto Mirian.	Calle la Joya y Misión Capuchina.	6	24	2899803

Fuente: Catastro establecimientos turísticos provincia de Orellana Zonal 2, 2014.

Elaboración: Ximena Vélez.

ii. Establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento.

Tabla 39: Establecimientos de recreación, diversión y esparcimiento del cantón Joya de los Sachas.

Tipo: TERMAS Y BALNEARIOS.							
N°	Nombre	Categoría	Propietario	Dirección	Mesas total	Plazas-mesas	Contacto Telf.:
1	Yanayacu	Segunda	Falconi Moscoso Silvia Adriana.	Vía coca-Sacha recinto Yanayacu	10	40	992592908
2	Valladolid	Segunda	Jaramillo Ávila Audon	Pre cooperativa Unión y Progreso.	14	56	81254362
3	Royal palm.	Tercera	Freire Cabrera Rulmer Evelio.	Av. Fundadores, Barrio 15 de enero	37	148	2899062
4	Complejo turístico Yanayacu.	Tercera	Vasquez Galeth Rafael.	Vía Lago Agrio, pasando San Sebastian.	50	200	2880263
5	Finca agroturística La Majagua.	Segunda	Calero Ramos Rita Elena	Vía 3 de noviembre - el progreso.	14	56	62899022

Fuente: Catastro establecimientos turísticos provincia de Orellana Zonal 2. 2014.

Elaboración: Ximena Vélez

8. Análisis de la competencia.

1) Oferta sustitutiva.

De acuerdo al catastro turístico en el cantón Joya de los Sachas existen los siguientes establecimientos que se consideran como parte de la oferta sustitutiva:

Tabla 40: Cabaña Lago Verde.

Tipo	Categoría	Tipo de construcción	Clientes anuales	Servicios	Capacidad Numero/Plazas
Cabaña	Tercera	- Hormigón - Bloque - Madera - Techo paja.	5.615 Alojamiento 9.615 Alimentación.	- Alojamiento - Alimentación	- Alojamiento. (18pax). - Alimentación. (20 pax).
Ubicación.	Pre cooperativa La Democracia junto al pozo Pucuna No8.				
Demanda.	Nacional y local				
Forma de comercialización.	Tel.: 84577423				
Propietario.	Chillo Illaisaca Manuel Braulio.				

Fuente: Catastro establecimientos turísticos provincia de Orellana Zonal 2. 2014.

Tabla 41: Hostería Capirona Lodge.

Tipo	Categoría	Tipo de construcción	Clientes anuales	Servicios	Capacidad Numero/Plazas	Precio
Hostería	Primera	- Hormigón - Bloque - Madera - Techo paja.	8.760 Alimentación. 4.015 Hospedaje.	- Alojamiento - Alimentación - Piscina	- Restaurante (24pax). - Cabañas (11pax). - Piscina.	\$4,00 \$13,00 \$2,00
Ubicación.	Cantón Joya de los Sachas, parroquia San Sebastián del Coca.					
Demanda.	Nacional y local					
Forma de comercialización	Telf.: 97102125					
Propietario.	Puente Campoverde Luis Mario.					

Fuente: Catastro establecimientos turísticos provincia de Orellana Zonal 2. 2014.

2) Análisis de la oferta sustitutiva.

Según el catastro turístico del 2014, el cantón Joya de los Sachas cuenta con dos establecimientos que se encuentran fuera del área urbana y brindan el servicio de alojamiento y alimentación, los mismos poseen un registro anual de las personas que han hecho uso de sus instalaciones, datos importantes que se tomaron en cuenta para realizar las proyecciones de la oferta y la demanda.

Tabla 42: Registro anual de turistas.

Nombre del establecimiento	Tipo	Cientes anuales
		Hospedaje
Oferta sustitutiva		
Lago verde.	Cabaña	870
Capirona Lodge.	Hostería	1.570
Total		2.440

Fuente: Entrevista a propietarios de los establecimientos.

9. Confrontación de la oferta y la demanda.

a. Proyección de la demanda potencial para 5 años.

1) Proyección de la demanda potencial para el alojamiento.

El 98% de los turistas nacionales manifestaron positivamente la implementación de hospedaje en el Centro Ecoturístico, es decir:

$$2.910 * 98\% = 2.852$$

En el caso de los turistas extranjeros el 99% afirmaron que les gustaría alojarse en el Centro Ecoturístico, es decir:

$$10.949 * 99\% = 10.840$$

Para la proyección de la demanda potencial para el alojamiento se utilizó el método del incremento compuesto; agrupando los valores tanto de turistas nacionales como internacionales, obteniendo un valor total de 13.692 clientes potenciales, que equivale al 99% del total del universo, valor que se tomó de los resultados obtenidos en la pregunta número 9 de la encuesta.

Tabla 43: Proyección de la demanda potencial para el alojamiento.

Año	Demanda proyectada
(0) 2015	13692.00
(1) 2016	14650.44
(2) 2017	15675.97
(3) 2019	16773.29
(4) 2020	17947.42
(5) 2021	19203.74

Fuente: Análisis de la demanda potencial para alojamiento.
Elaborado por: Ximena Vélez.

b. Proyección de la oferta actual

1) Proyección de la oferta potencial para el alojamiento.

Para determinar la oferta potencial se tomó en cuenta el número de clientes anuales para el año 2014, que han hecho uso de los servicios ofertados por los competidores, específicamente una cabaña y una hostería. El valor con el que se proyectó la oferta es de: 2.440 personas anuales.

Tabla 44: Proyección de la oferta potencial para el alojamiento.

Año	Oferta proyectada
(0) 2015	2440.00
(1) 2016	2610.80
(2) 2017	2793.56
(3) 2018	2989.10
(4) 2019	3198.34
(5) 2020	3422.23

Fuente: Análisis de la oferta potencial para el alojamiento.

Elaborado por: Ximena Vélez.

c. Demanda insatisfecha.

Para determinar la demanda insatisfecha se calculó mediante la resta entre la demanda potencial y la oferta potencial.

1) Demanda insatisfecha proyectada para el alojamiento.

Tabla 45: Demanda insatisfecha proyectada para el alojamiento.

Año	Demanda potencial	Oferta potencial	Demanda insatisfecha
(0) 2015	13692.00	2440.00	11252.00
(1) 2016	14650.44	2610.80	12039.64
(2) 2017	15675.97	2793.56	12882.41
(3) 2018	16773.29	2989.10	13784.18
(4) 2019	17947.42	3198.34	14749.08
(5) 2020	19203.74	3422.23	15781.51

Fuente: Análisis de la demanda y oferta para el proyecto.

Elaborado por: Ximena Vélez.

d. Demanda objetivo.

Para determinar la demanda objetivo se utilizó el 20% de la demanda insatisfecha; porcentaje que se estableció de acuerdo a la expectativa del proyecto para iniciar con su funcionamiento.

1) Demanda objetivo proyectado para el alojamiento.

Tabla 46: Demanda objetivo proyectada para el alojamiento

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetivo (20%)	Demanda Mensual	Demanda Semanal	Demanda Diaria
(0) 2015	11252	2250	188	43	6
(1) 2016	12040	2408	201	46	7
(2) 2017	12882	2576	215	50	7
(3) 2018	13784	2757	230	53	8
(4) 2019	14749	2950	246	57	8
(5) 2020	15782	3156	263	61	9

Fuente: Análisis de la demanda y oferta para el proyecto.

Elaborado por: Ximena Vélez.

B. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD TÉCNICA.

1. Planificación y diseño técnico.

a. Diseño técnico

1) Macro localización

El presente proyecto se desarrolló en:

País: Ecuador, **Provincia:** Orellana, **Cantón:** Joya de los Sachas.

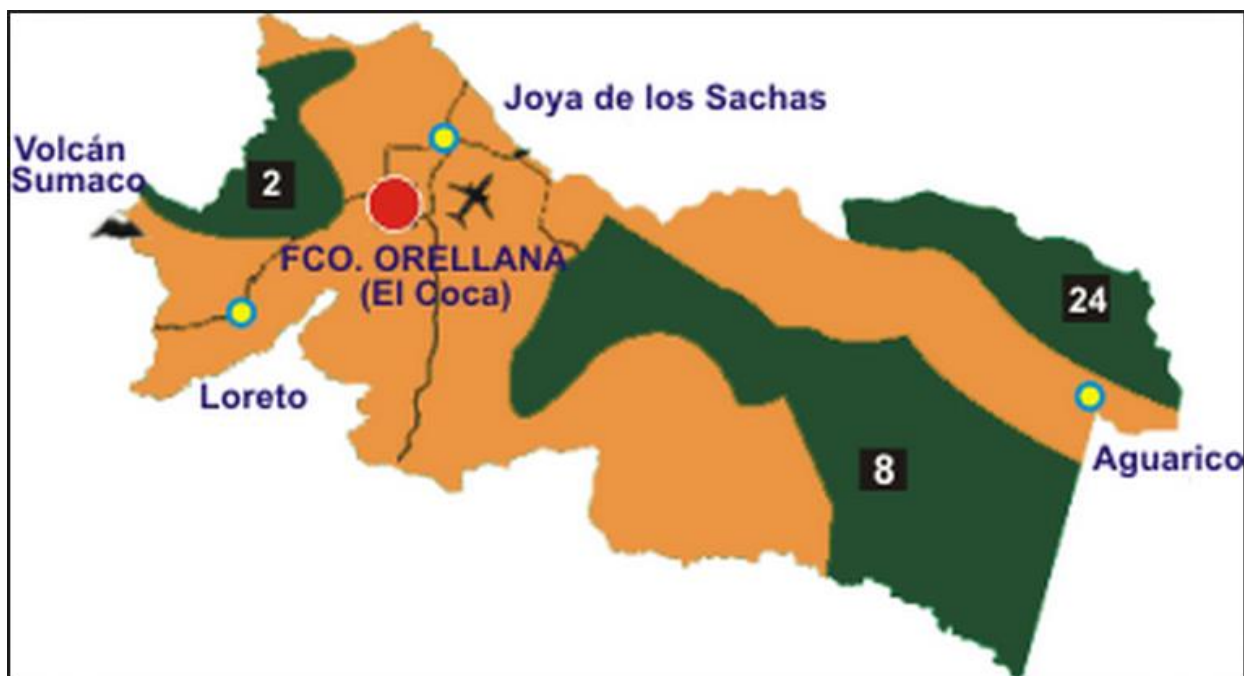


Figura 34. Mapa de ubicación del cantón Joya de los Sachas.

Fuente: Equipo técnico del GADMCJS. 2014

Elaboración: Equipo técnico del GADMCJS.

2) Micro localización.

El presente proyecto se desarrollará en la parroquia Tres de Noviembre ubicado en las coordenadas: x: 287374.21, y: 9978935.0380.

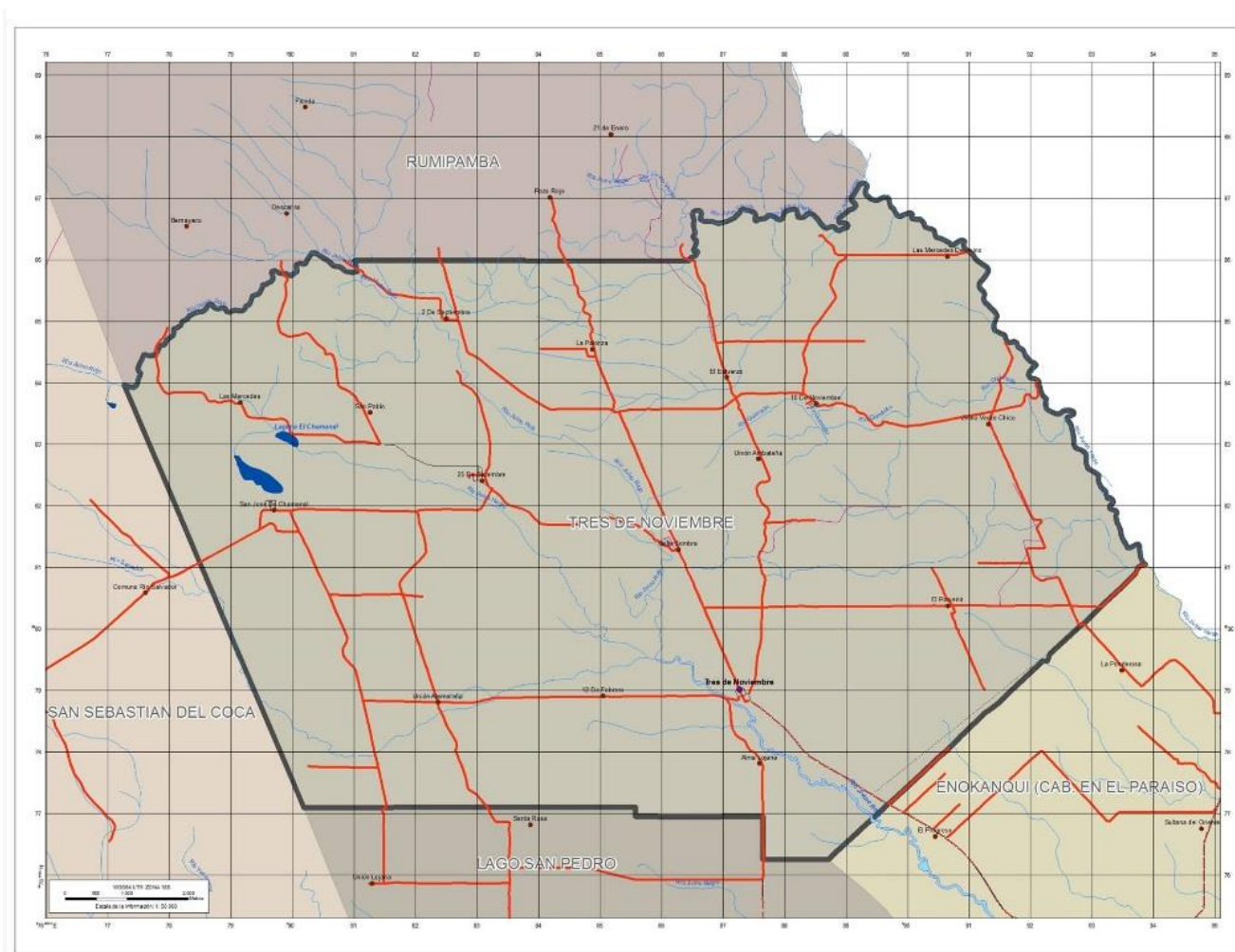


Figura 35. Mapa de ubicación de la parroquia Tres de Noviembre.

Fuente: Gobierno Autónomo Parroquial Tres de Noviembre, 2014.

Elaboración: Cristian Cevallos, Técnico.

b. Tamaño de la planta.

1) Capacidad productiva por clientes.

Tabla 47: Demanda objetiva.

Año	Demanda insatisfecha	Demanda objetivo (20%)	Demanda objetivo nacional 21%	Demanda objetivo extranjera 79%
(0) 2015	11252	2250	473	1778
(1) 2016	12040	2408	506	1902
(2) 2017	12882	2576	541	2035
(3) 2018	13784	2757	579	2178
(4) 2019	14749	2950	619	2330
(5) 2020	15782	3156	663	2493

Fuente: Análisis de la demanda y oferta para el proyecto.

Elaborado por: Ximena Vélez.

2) Capacidad productiva por clientes por productos.

a) Preferencia de servicios turísticos por la demanda nacional.

Tabla 48: Preferencia de servicios turísticos por la demanda nacional.

Año	Demanda objetivo nacional 21%	Alimentación (45%)	Interpretación ambiental (16%)	Área de recreación (20%)	Guianza (19%)
(0) 2015	473	213	76	95	90
(1) 2016	506	228	81	101	96
(2) 2017	541	243	87	108	103
(3) 2018	579	261	93	116	110
(4) 2019	619	279	99	124	118
(5) 2020	663	298	106	133	126

Fuente: Análisis de la demanda para el proyecto

Elaborado por: Ximena Vélez.

b) Preferencia de servicios turísticos por la demanda extranjera.

Tabla 49: Preferencia de servicios turísticos por la demanda extranjera.

Año	Demanda objetivo extranjera 79%	Alimentación (40%)	Interpretación ambiental (23%)	Área de recreación (17%)	Guianza (20%)
(0) 2015	1778	711	409	302	356
(1) 2016	1902	761	438	323	380
(2) 2017	2035	814	468	346	407
(3) 2018	2178	871	501	370	436
(4) 2019	2330	932	536	396	466
(5) 2020	2493	997	574	424	499

Fuente: Análisis de la demanda para el proyecto

Elaborado por: Ximena Vélez.

c) **Preferencia de actividades por la demanda nacional.**

Tabla 50: Preferencia de actividades por la demanda nacional.

Año	Demanda objetivo nacional 21%	Huerto ecológico (22%)	Observación de flora y fauna (24%)	Caminatas (18%)	Baño en cascadas (14%)	Pesca deportiva (12%)	Ciclismo (10%)
(0) 2015	473	104	113	85	66	57	47
(1) 2016	506	111	121	91	71	61	51
(2) 2017	541	119	130	97	76	65	54
(3) 2018	579	127	139	104	81	69	58
(4) 2019	619	136	149	112	87	74	62
(5) 2020	663	146	159	119	93	80	66

Fuente: Estudio de la demanda para el proyecto.

Elaborado por: Ximena Vélez.

En la tabla 50, se puede visualizar que la demanda nacional prefiere hacer en mayor porcentaje observación de flora y fauna un 24%, esto permitió definir que para el año uno se tendrían 121 posibles clientes y posteriormente en el año cinco 159 posibles clientes.

Preferencia de actividades por la demanda extranjera.

Tabla 51: Preferencia de actividades por la demanda extranjera.

Año	Demanda objetivo extranjera (79%)	Huerto ecológico (20%)	Observación de flora y fauna (25%)	Caminatas (18%)	Baño en cascadas (14%)	Pesca deportiva (13%)	Ciclismo (10%)
(0)2015	1778	356	444	320	249	231	178
(1)2016	1902	380	476	342	266	247	190
(2)2017	2035	407	509	366	285	265	204
(3)2018	2178	436	544	392	305	283	218
(4)2019	2330	466	583	419	326	303	233
(5)2020	2493	499	623	449	349	324	249

Fuente: Estudio de la demanda para el proyecto.

Elaborado por: Ximena Vélez.

En la tabla 51, se puede visualizar que la demanda extranjera prefiere hacer en mayor porcentaje observación de flora y fauna un 25%, esto permitió definir que para el año uno se tendrían 476 posibles clientes y posteriormente en el año cinco 623 posibles clientes.

3) Consumo aparente.

a) Demanda nacional.

Tabla 52: Consumo aparente de la demanda nacional.

Año	Demanda objetivo	Semestral	Trimestral	Mensual	Quincenal	Diario
(0) 2015	473	236	118	39	20	1
(1) 2016	506	253	126	42	21	1
(2) 2017	541	271	135	45	23	1
(3) 2018	579	289	145	48	24	2
(4) 2019	619	310	155	52	26	2
(5) 2020	663	331	166	55	28	2

Fuente: Estudio de la demanda para el proyecto.

Elaborado por: Ximena Vélez.

b) Demanda extranjera.

Tabla 53: Consumo aparente de la demanda extranjera.

Año	Demanda objetivo	Semestral	Trimestral	Mensual	Quincenal	Diario
(0) 2015	1778	889	444	148	74	5
(1) 2016	1902	951	476	159	79	5
(2) 2017	2035	1018	509	170	85	6
(3) 2018	2178	1089	544	181	91	6
(4) 2019	2330	1165	583	194	97	6
(5) 2020	2493	1247	623	208	104	7

Fuente: Estudio de la demanda para el proyecto.

Elaborado por: Ximena Vélez.

c. Diseño de la planta.

El diseño arquitectónico está compuesto por diferentes planos en donde se especifica las áreas con las que contará el Centro Ecoturístico. En cuanto a su diseño se realizó mediante la utilización del programa AutoCad 2006, con previo asesoramiento profesional.

A continuación se detallan las áreas con las que contará el Centro Ecoturístico:

Tabla 54: Áreas del Centro Ecoturístico.

Descripción	Área m2	Cantidad	Pax	Total m2
Administración	67.2	1	2	67.2
Vivienda del administrador	46.91	1	2	46.91
Vivienda de los guías	56.44	1	2	56.44
Choza típica	36.56	2	6	73.12
Cocina- comedor	287.49	1	40	287.49
Cabaña Suite Matrimonial	56.44	2	4	112.88
Cabaña Familiar	89.64	3	12	268.92
Cabaña bloque para 8 personas	159.86	3	24	479.58
Juegos infantiles	29.14	2	-	58.28
Baños públicos	28.7	1	-	28.7
Total área de construcción				1479.52

Fuente: Investigación primaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

Las láminas que continuación se detallan son las siguientes:

Lámina 1: Distribución de las áreas.

Lámina 2: Implantación.

Lámina 3: Vista General.

Lámina 4: Administración.

Lámina 5: Vivienda del administrador.

Lámina 6: Vivienda de Guías.

Lámina 7: Chozas típicas.

Lámina 8: Juegos infantiles.

Lámina 9: Cocina - Comedor.

Lámina 10: Cabaña Suite Matrimonial.

Lámina 11: Cabaña Familiar.

Lámina 12: Cabaña bloque 8 personas.

Lámina 1. Distribución de las áreas

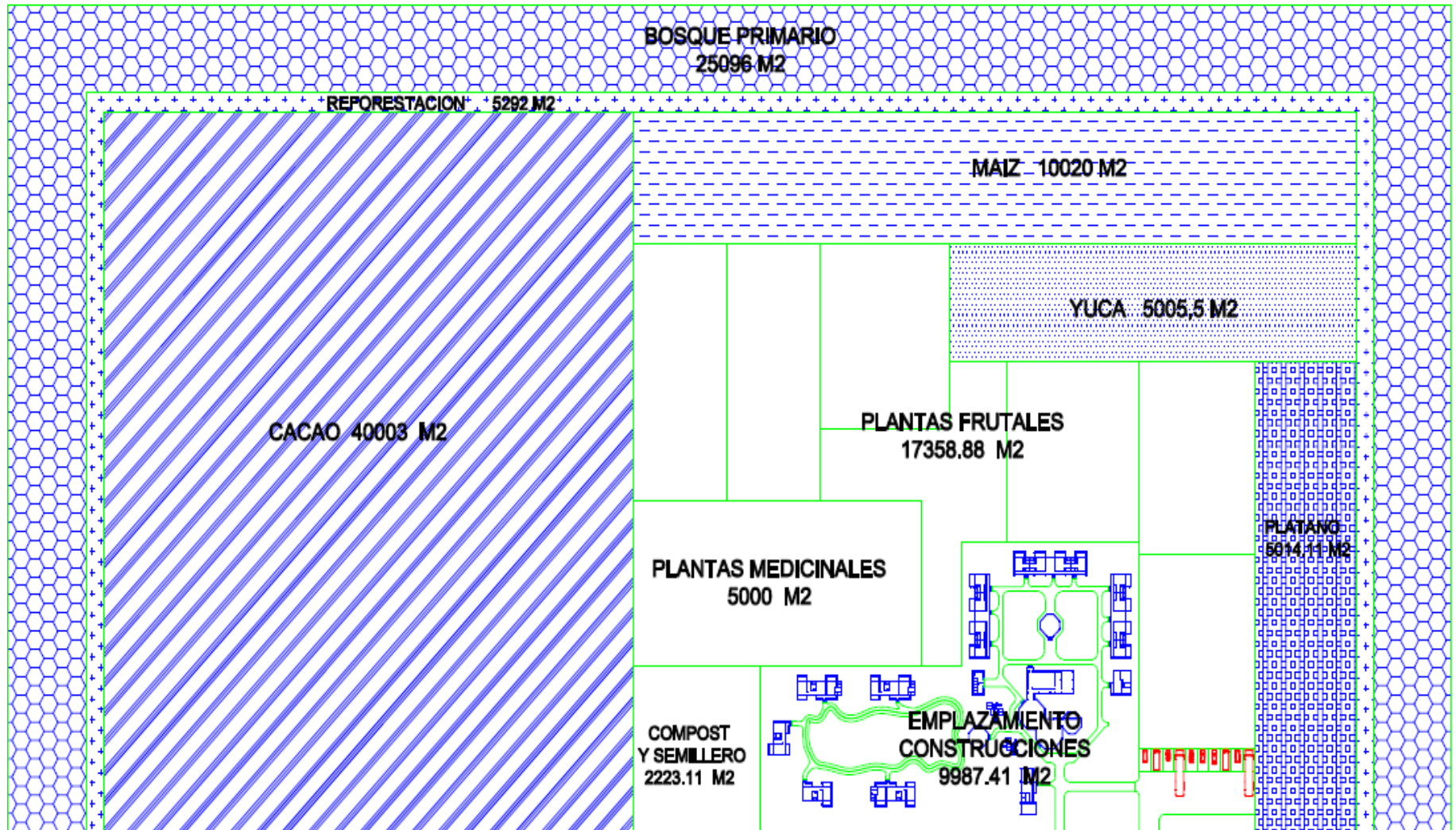


Figura 36. Distribución de las áreas.

Lámina 2. Planimetría del área de construcción.

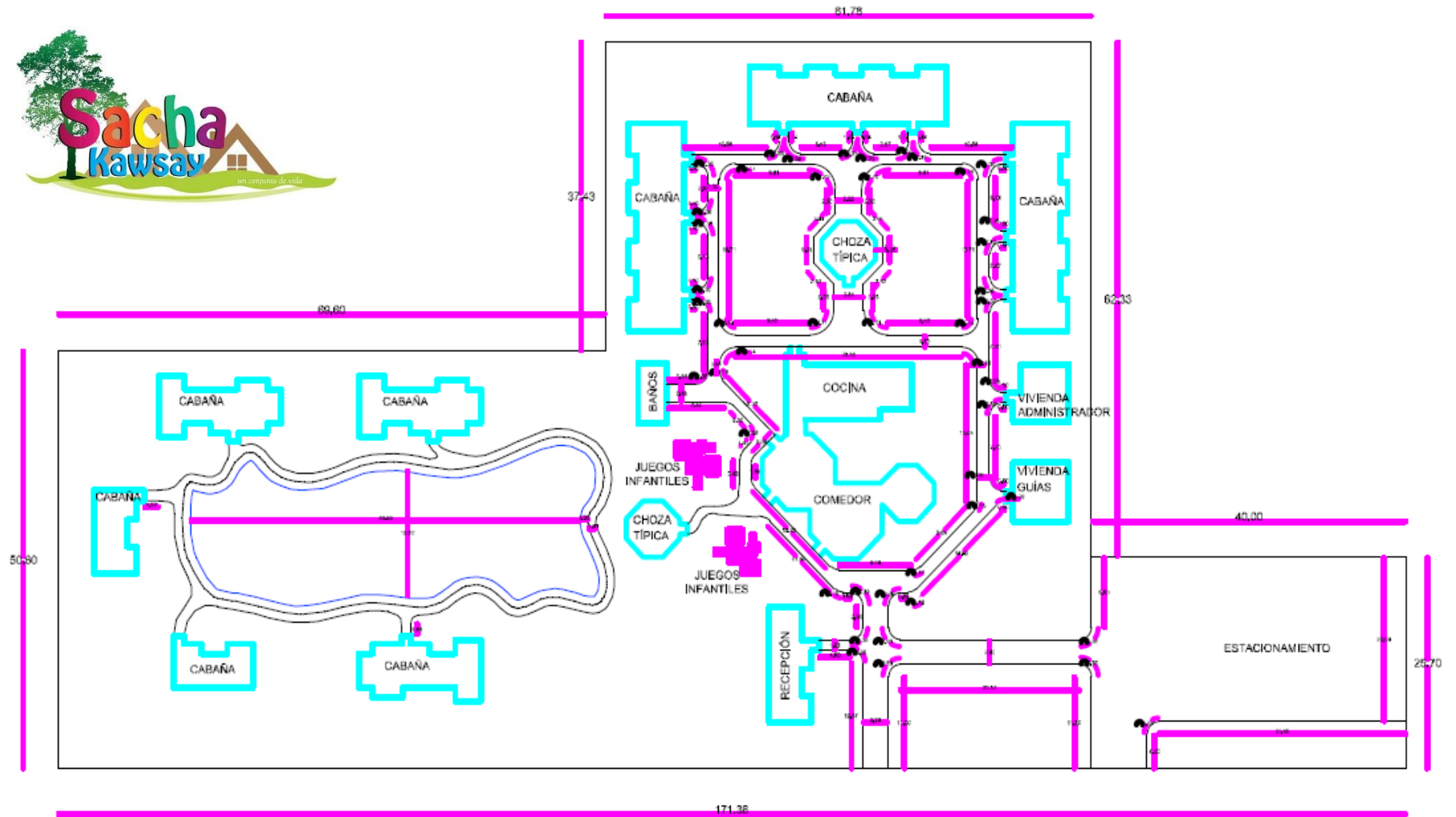


Figura 37. Planimetría del área de construcción.

Lámina 3. Implantación.**Figura 38.** Implantación.

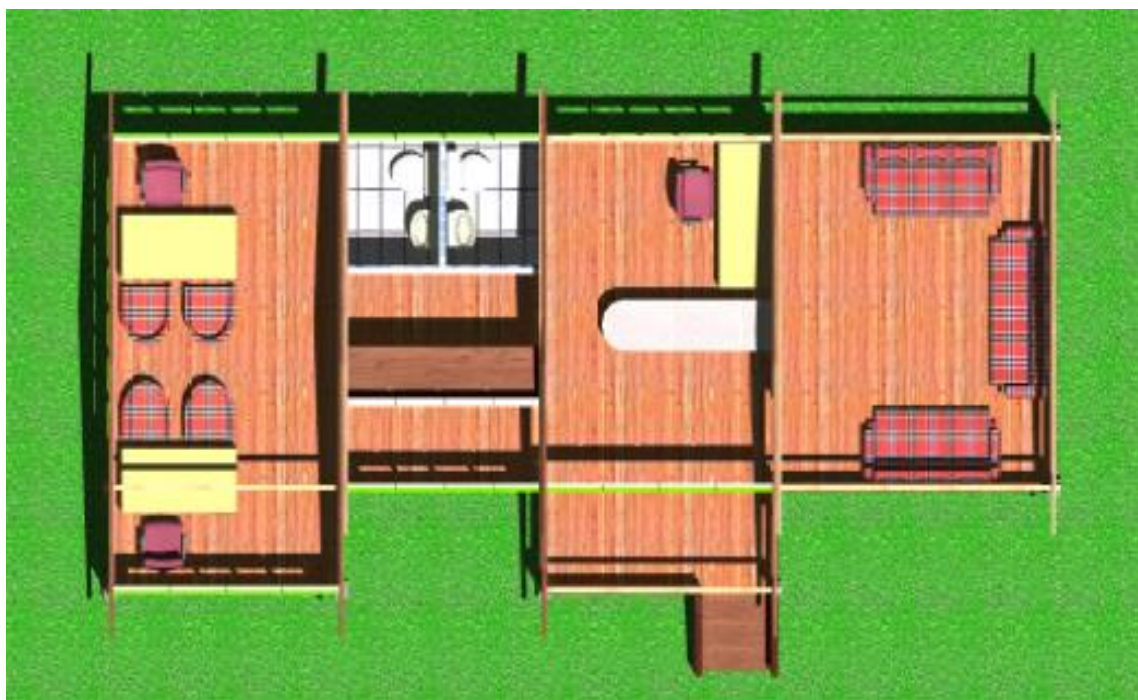
Lámina 4. Administración.**Figura 39.** Perspectiva administración.**Figura 40.** Planta 3D. Administración.

Lámina 5. Vivienda del administrador.



Figura 41. Perspectiva vivienda del administrador.



Figura 42. Planta 3D. Vivienda del administrador.

Lámina 6. Vivienda de guías.



Figura 43. Perspectiva vivienda de guías.



Figura 44. Planta 3D. Vivienda de guías.

Lámina 7. Choza típica.



Figura 45. Perspectiva choza típica.

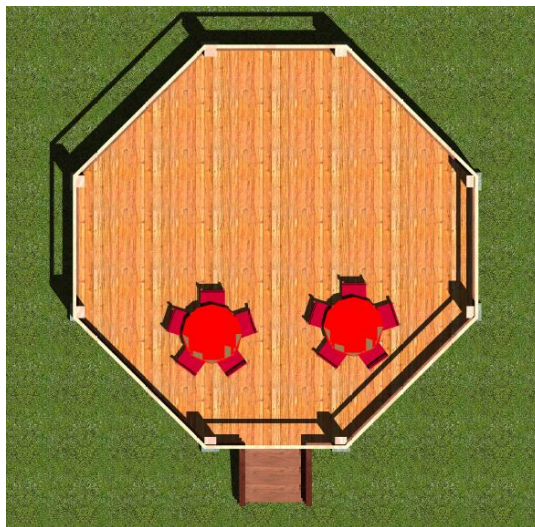


Figura46. Plano 3D choza típica.

Lámina 8. Juegos infantiles.



Figura 47. Perspectiva 1 y 2 juegos infantiles.



Lámina 9. Cocina – comedor.



Figura 48. Cocina – comedor.

Lámina 10. Cabaña Suite Matrimonial.



Figura 49. Perspectiva Cabaña Suite Matrimonial.

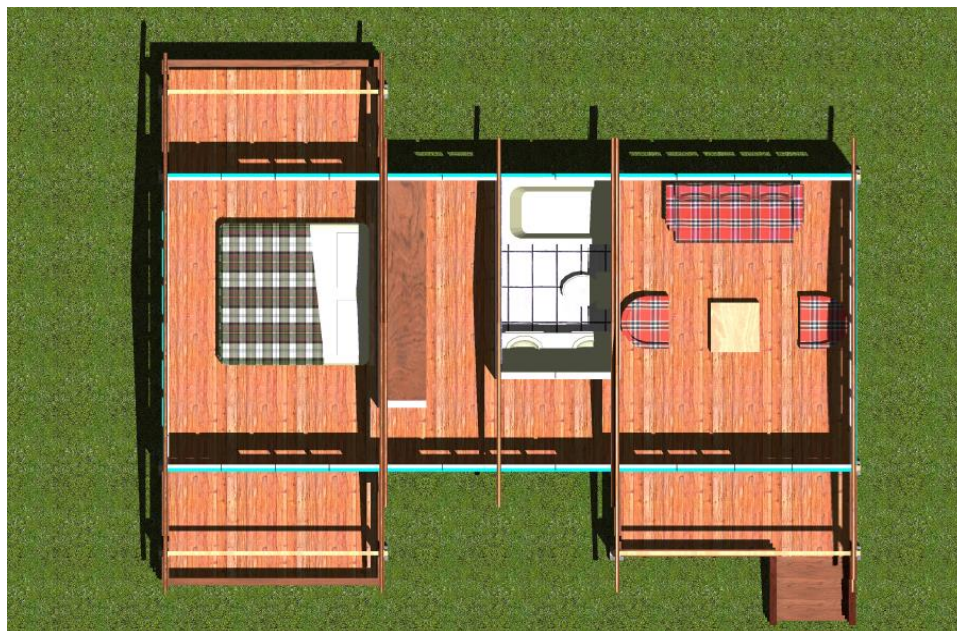


Figura 50. Planta 3D. Cabaña Suite Matrimonial.

Lámina 11. Cabaña Familiar.



Figura 51. Perspectiva Cabaña Familiar.

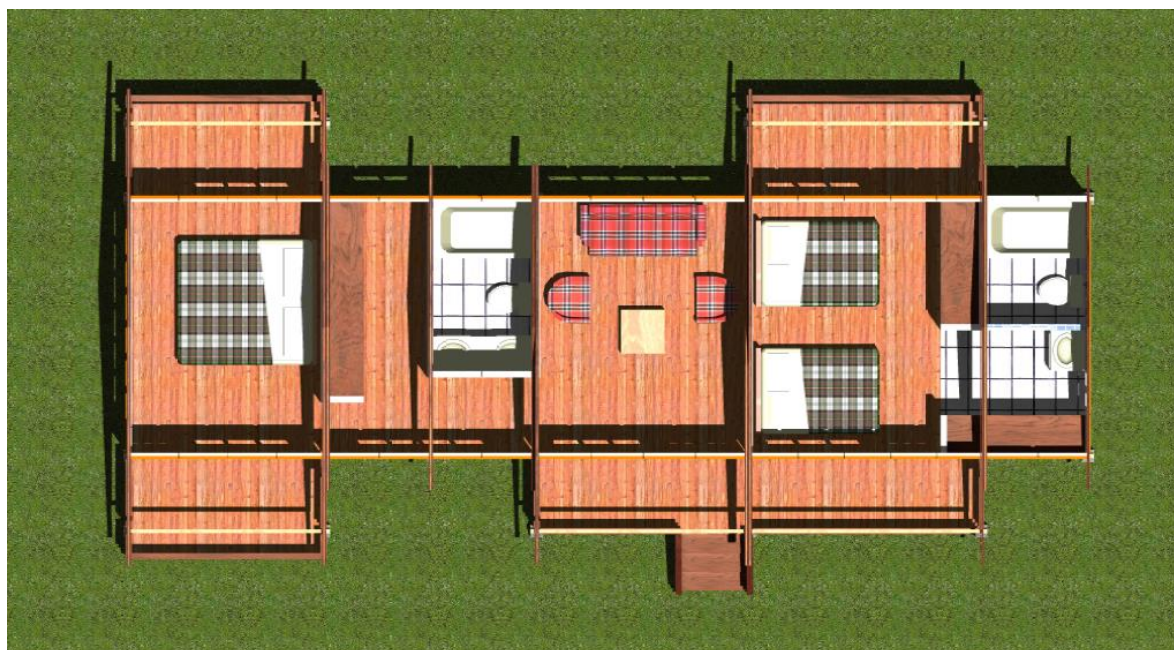


Figura 52. Planta 3D. Cabaña Familiar.

Lámina 12. Cabaña bloque 8 personas.



Figura 53. Cabaña bloque 8 personas.



Figura 54. Plano 3D. Cabaña bloque 8 personas.

1) Descripción de la construcción.

El centro ecoturístico empleará madera y paja toquilla en la mayoría de la obra civil, resaltando de esta manera materiales propios de la zona y armonizando con el ambiente natural que rodeará al centro.

2) Distribución de las áreas.

La distribución de las áreas está definido de acuerdo a los servicios y actividades que se ofertarán dentro del centro ecoturístico, los mismos que se establecieron de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado específicamente en las preguntas 9 y 10 de las encuestas, con lo que se determinó las siguientes áreas:

a) Área de hospedaje.

i. Propósito:

Brindar un servicio de calidad en cómodas instalaciones adecuadas para el confort y descanso de los que pernocten en el Centro Ecoturístico, en combinación de un equipo seleccionado de trabajo que atiendan los requerimientos de los huéspedes.

ii. Descripción:

El centro ecoturístico contará con una con una capacidad instalada de 40 plazas, distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 55: Tipo de habitación.

Número	Tipo de habitación	Plazas	Área
2	Cabaña Suite Matrimonial	4	56.44 m ²
3	Cabaña Familiar	12	89.64 m ²
3	Cabaña bloque 8 personas	24	159.86 m ²
Total	8 cabañas para 40 personas.		

Fuente: Investigación primaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

Las cabañas se encuentran elevadas sobre plintos de hormigón. El piso es de duela de colorado, los pasamanos, puertas, ventanas y la estructura también son de madera, en el baño cerámica de pisos. En las paredes sobre la estructura de madera se ubican paneles de Fibrolit de 6mm. La cubierta es de Kubimil. En las ventanas se ubican mallas de mosquitero metálica.

Las cabañas son amplias con paredes de color blanco en su interior y verde claro en el exterior, cada una ellas posee pasamanos para disfrutar del paisaje, además de una sala de estar, cada cabaña cuenta con el menaje y mobiliario adecuado.

b) Área de alimentación.**i. Propósito:**

Brindar un servicio de calidad empleando alimentos propios de la zona, cosechados del huerto ecológico; cumpliendo con los mejores estándares durante los procesos de elaboración de cada plato, rescatando a la vez los sabores y recetas tradicionales.

ii. Descripción:

El área de alimentación mide 287.49m² en complemento al servicio de hospedaje contará con los siguientes espacios:

Cocina: El Centro Ecoturístico contará con un área específica para la preparación de los alimentos, además con el equipo y menaje necesario para la elaboración de cada plato.

La construcción es de cemento de color blanco en su interior y color tangerín en el exterior, formada en cuanto a su estructura con dos ventanas amplias, el piso es de cerámica, sus muebles de madera y los mesones de mármol, cuenta con un espacio apropiado para utilizarle como bodega.

Comedor: El comedor tiene dos áreas con capacidad para 56 personas. El uno consta de 2 mesas con 40 puestos y el otro es una terraza que consta de 4 mesas con 16 puestos para personas que deseen disfrutar del aire libre. La construcción está ubicada sobre plintos de hormigón, es de madera con cubierta de paja toquilla.

c) Actividades recreativas.

i. Propósito:

Contar con espacios amplios en los que la naturaleza se combine con adecuadas infraestructuras al aire libre, en donde las personas que visiten el Centro Ecoturístico, disfruten de áreas verdes, juegos y diferentes actividades, con la finalidad de que puedan divertirse, entretenerse y recrearse, individualmente o en familia.

ii. Descripción:

El área recreativa estará conformada por los siguientes espacios:

Juegos infantiles: Los mismos que se elaborarán en madera, fibra de vidrio y cubierta de kubimil, con las seguridades necesarias.

Choza típica: Elaborada sobre plintos de hormigón con vigas y piso de madera y cubierta de paja toquilla. Existen dos chozas típicas, la una está diseñada para la preparación de chocolate con cacao de la misma propiedad y la otra con dos mesas y sillas para interacción entre los diferentes visitantes.

d) Huerto ecológico.

a. Propósito:

El huerto ecológico nos brinda la oportunidad de realizar tareas creativas, de experimentar y descubrir nuevas cosas, de hacer sano ejercicio, de comer alimentos saludables, de respirar aire fresco y de disfrutar plenamente de la vida.

En definitiva nos abastecen diariamente de alimentos frescos y saludables de excelente calidad nutricional y buen sabor.

b. Descripción:

A continuación se detallan los diferentes grupos de plantas que ya existen y las especies que se implementarán:

Sembríos existentes:

Tabla 56: Sembríos existentes.

Familia	Nombre común	Nombre científico
Esterculiáceae	Cacao	Theobroma cacao
Musaceae	Banano	Musa paradisiaca
Musaceae	Plátano	Musa sp.
Euphorbiaceae	Yuca	Manihot exculenta
	Maiz	

Fuente: Investigación primaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

Plantas del huerto ecológico:

a. Plantas frutales.

Tabla 57: Plantas frutales.

Familia	Nombre común	Nombre científico
Araceae	Coco	Cucurbitaceae
Caricaceae	Papaya	Carica papaya
Rutaceae	Limón	Citrus aurantifolia
Rutaceae	Mandarina	Citrus reticulata
Rutaceae	Naranja	Citrus sinensis
Rubiaceae	Borojó	Duroia maguirei
Bromeliaceae	Piña	Ananas comosus

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

b. Plantas medicinales.

Tabla 58: Plantas medicinales.

Familia	Nombre común	Nombre científico
Crassulaceae	Dulcamara	Kalanchoegastonis-bonnieri
Erythroxylaceae	Coca silvestre	Erythroxylumsp.
Euphorbiaceae	Sangre de drago	Crotonlechleri
Lamiaceae	Albaca	Ocimumbasilicum
Liliaceae	Sábila	Aloe Vera
Malpigiaceae	Ayagüasca	Banisteriopsiscaapi
Urticaceae	Ortiga	Urtica dioica
Aquifoliaceae	Guayusa	Ilex guayusa Loes

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

Plantas para reforestar:

Tabla 59: Plantas para reforestar.

Familia	Nombre común	Nombre científico
Arecaceae	Pambil	Iriarteaventricosa
Bignoniaceae	Guayacán	Tabebuiasp
Bombacaceae	Balsa	Ochromapyramidale
Bombacaceae	Ceibo	Ceiba pentandra
Boraginaceae	Laurel	Cordiaalliodora
Meliaceae	Caoba	Swieteniamacrophylia

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

Plantas ornamentales:

Tabla 60: Plantas ornamentales.

Familia	Nombre común	Nombre científico
Heliconiaceae	Heliconia	Heliconia sp.
Bromeaceae	Bromelia	Bromelia balansae
Heliconaceae	Bijao	Heliconia bihai
Heliconaceae	Platanillo	Heliconia hirsuta
Orchidaceae	Orquídea	Sobralia
Malvaceae	Cucarda	Hibiscus rosa-sinensis

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

e) Tratamiento de los desechos orgánicos.

i. Propósito:

Darle un tratamiento adecuado a los desechos orgánicos a través del compostaje que consiste en transformar: restos de comida, frutas y verduras, poda del huerto (ramas, césped, hojas, raíces, pétalos) en abono, que servirá de nutriente para el suelo del huerto ecológico.

ii. Descripción:

Llamamos “compostaje” al ciclo aeróbico (con alta presencia de oxígeno) de descomposición de la materia orgánica.

Preparación del compostaje

Lo primero que se debe hacer es seleccionar un sitio seco y firme de alrededor de 1,5 m de lado, separe de los materiales disponibles, los elementos no biodegradables (plásticos, vidrios, latas, etc,) de los biodegradables (hierbas, estiércol, desperdicios domésticos, papel, etc.).

Según la disponibilidad de material orgánico colocar una capa de 15 a 20 cm de materiales tales como paja, pastos, residuos de cocina, etc. Disponga una segunda capa, de 5 cm de espesor, de estiércol de animal. Continúe agregando estas capas alternadamente hasta alcanzar aproximadamente 1,5 m de altura. Luego de alcanzada la altura necesaria, apisone la pila y retire los palos para permitir que se airee. Utilice el compost un mes después del segundo volteo.

f) Pesca deportiva**i. Propósito:**

Brindar una actividad que permita la distracción de los visitantes, además del consumo de peces alimentados orgánicamente.

ii. Descripción:

La actividad se realizará en una laguna artificial ubicada dentro del Centro Ecoturístico, las especies que se tendrán en la piscina son cachama y tilapia.

g) Ahorro de agua.

i. Propósito:

Reducir el consumo de agua, mediante maneras que optimicen su consumo, pero sin perjudicar la calidad en atención al visitante.

ii. Descripción:

Dispositivos ahorradores de agua: Consisten en tapones que se insertan o se enroscan en las boquillas de las llaves de lavamanos, lavaplatos y en el caso de la ducha sustituyen las habituales. Resultan económicos y ahorran agua al reducir el área de salida y provocar mayores velocidades de salida del líquido. Aumentan el poder humectante, disolvente y limpiador.

Captación y almacenamiento de agua: Utilizando el agua de lluvia se lograrían enormes economías, el agua existente sería de mejor calidad y no se sustraería el agua de otras cuencas a costos muy elevados.

Jabones ecológicos: Las sustancias tensioactivas del jabón son las responsables de la contaminación de las aguas, hasta tanto se desintegran en las mismas, sin embargo, también otros ingredientes que entran en la composición de los jabones y detergentes convencionales, pueden ser muy tóxicos, en particular los derivados del petróleo. El jabón ecológico ayuda a preservar el medio ambiente, debido a que se fabrica con recursos naturales y que protege nuestra piel de elementos químicos.

h) Tratamiento de aguas negras.

i. Propósito:

Disminuir la contaminación del suelo, mediante un sistema que filtre las aguas negras de tal manera que no tenga un impacto mayor en la tierra y por consiguiente en la calidad del agua.

ii. Descripción:

Drenaje de aguas negras: Las aguas del excusado son conducidas a un tanque o fosa séptica, donde se acondicionan de tal manera que puedan infiltrarse al subsuelo mediante un pozo de absorción.

Las aguas negras dentro del tanque se encuentran sujetas a descomposición por efecto de las bacterias y de procesos naturales.

3) Presupuesto para la construcción.

El presupuesto está definido de acuerdo al metro cuadrado de construcción tomando como referencia que el metro cuadrado de construcción en el área donde se implementará el Centro Ecoturístico es de 250,00.

Tabla 61: Presupuesto para la construcción del Centro Ecoturístico.

Descripción	Área	Cantidad	Total
Bloque para 8 personas	159.86	3	479,58
Bloque para 4 personas	89.64	3	268,92
Suite matrimonial	56.44	2	112,88
Administración	67.2	1	67,20
cocina comedor	287.49	1	287,49
vivienda del administrador	46.91	1	46,91
vivienda de los guías	56.44	1	56,44
choza típica	36.56	2	73,12
baños públicos	28.7	1	28,70
Subtotal			1479.52
Metro cuadrado de construcción (250,00)			369.880,00
Instalaciones eléctricas	-	1	5.000,00
Instalaciones de agua	-	1	5.000,00
Instalaciones sanitarias	-	1	5.000,00
Senderos	-	1	3.000,00
Total			387.880,00

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

d. Rubro de infraestructura turística.

Tabla 62: Rubro de infraestructura turística.

Rubro	Área	Precio unitario	Precio total
Terreno	100.000m ²	-	50000.00
Infraestructura turística	858.38m ²	-	38788000.00
Total			38838000.00

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

4) Definición de procesos productivos.

a) Flujogramas de servicio.

1. Servicio de hospedaje.

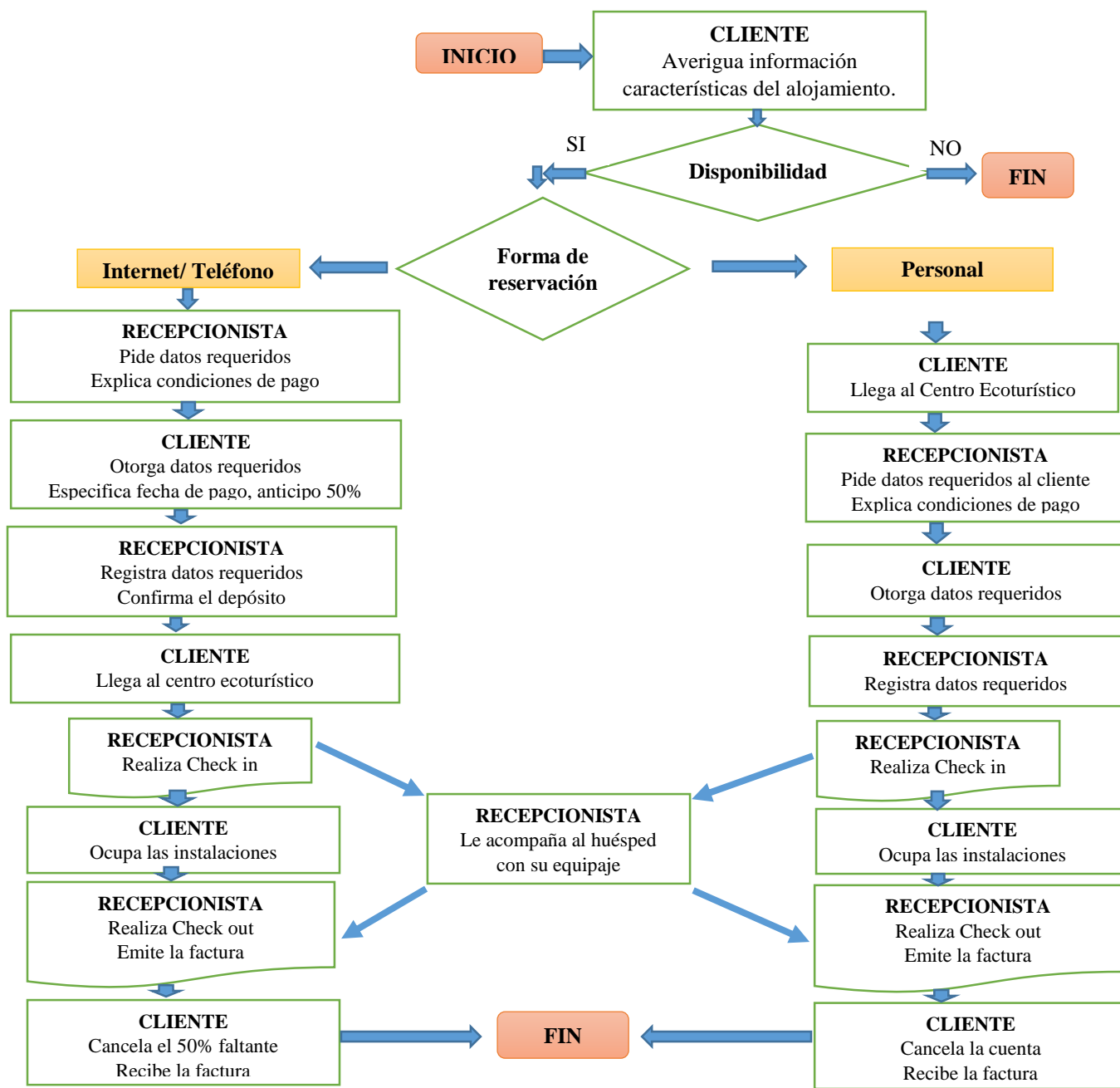


Figura 55. Flujograma servicio de hospedaje.

2. Servicio de alimentación.

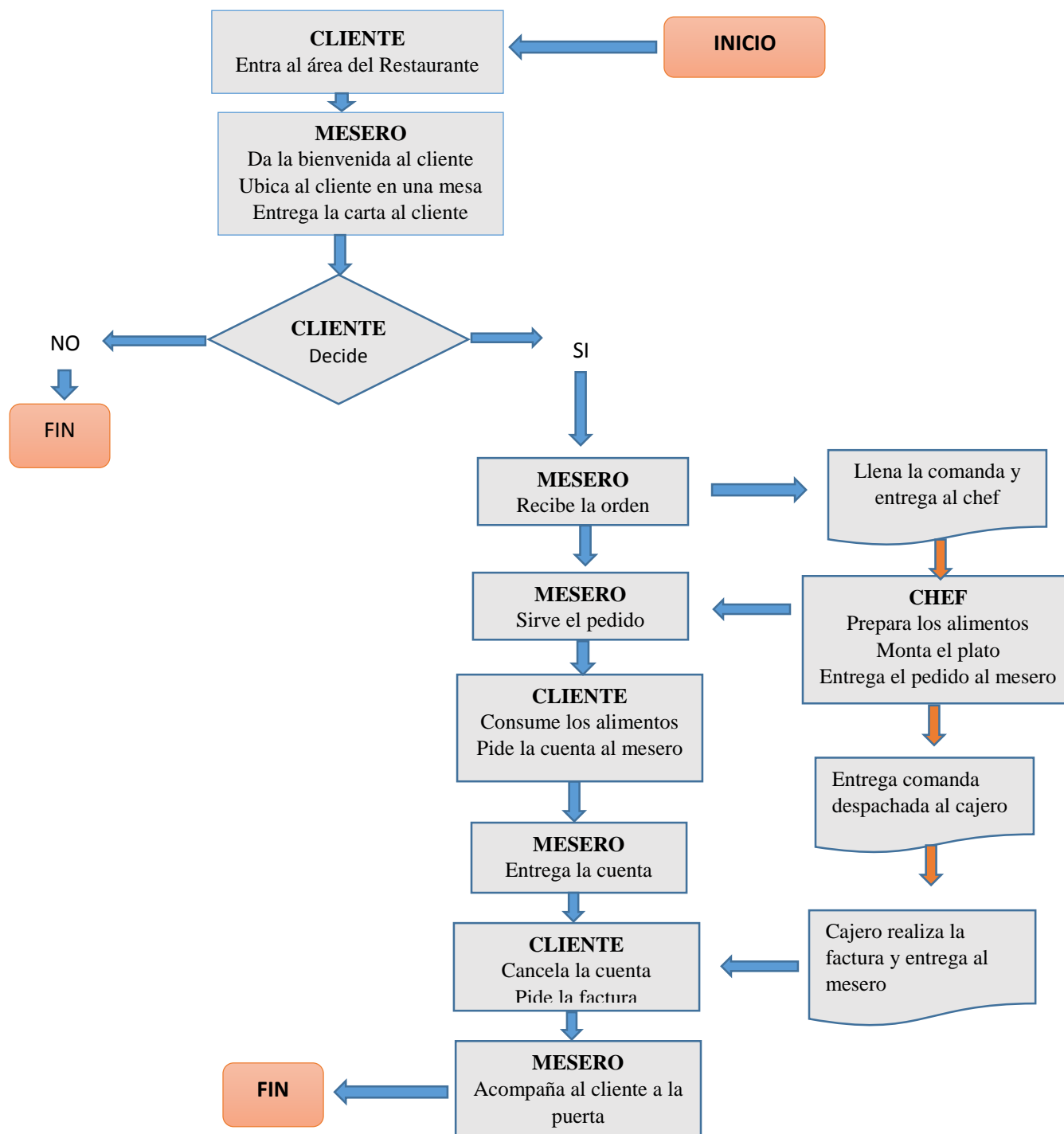


Figura 56. Flujograma del proceso de alimentación.

3. Huerto ecológico.

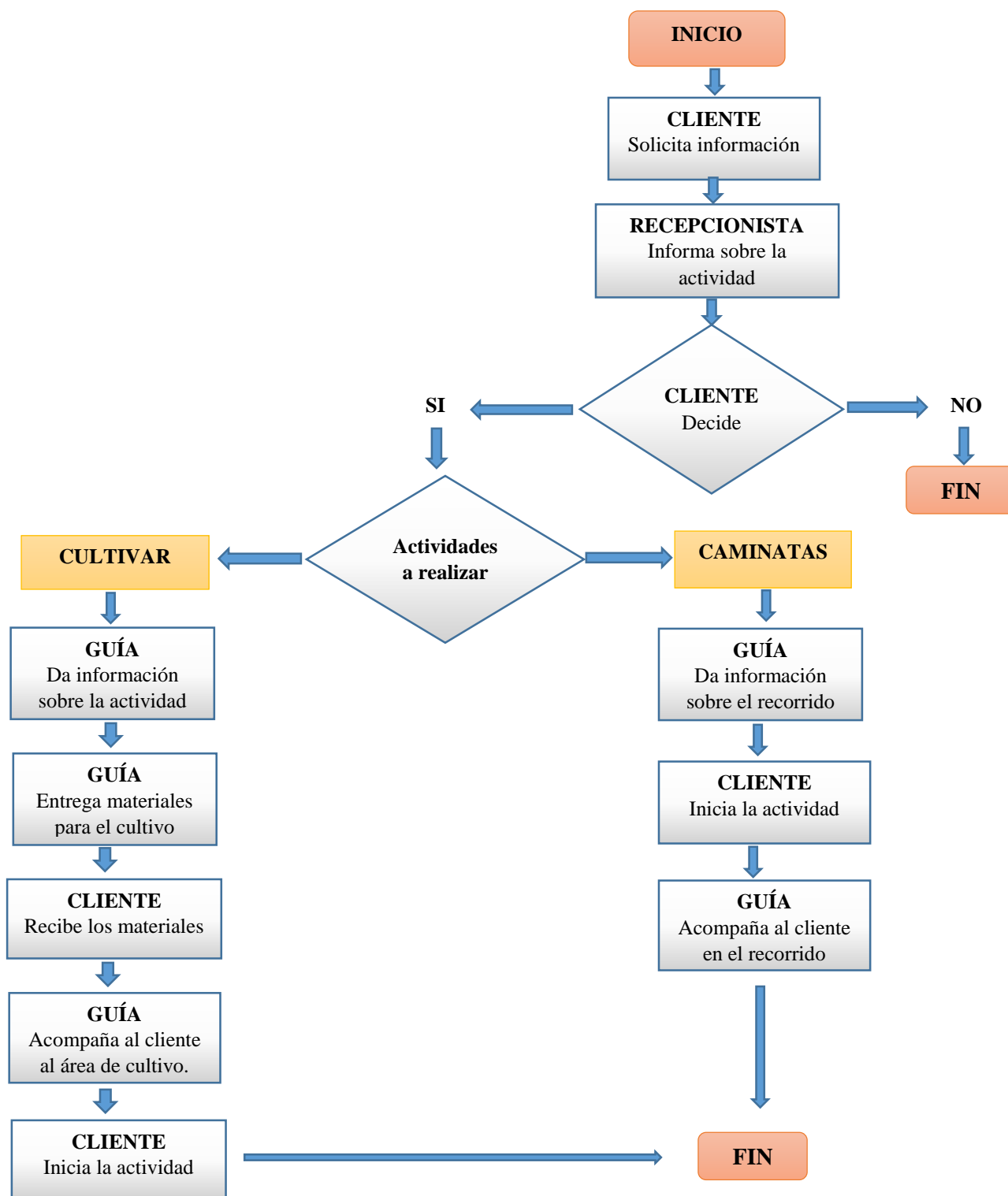


Figura 57. Flujograma del proceso de huerto ecológico.

4. Pesca deportiva.

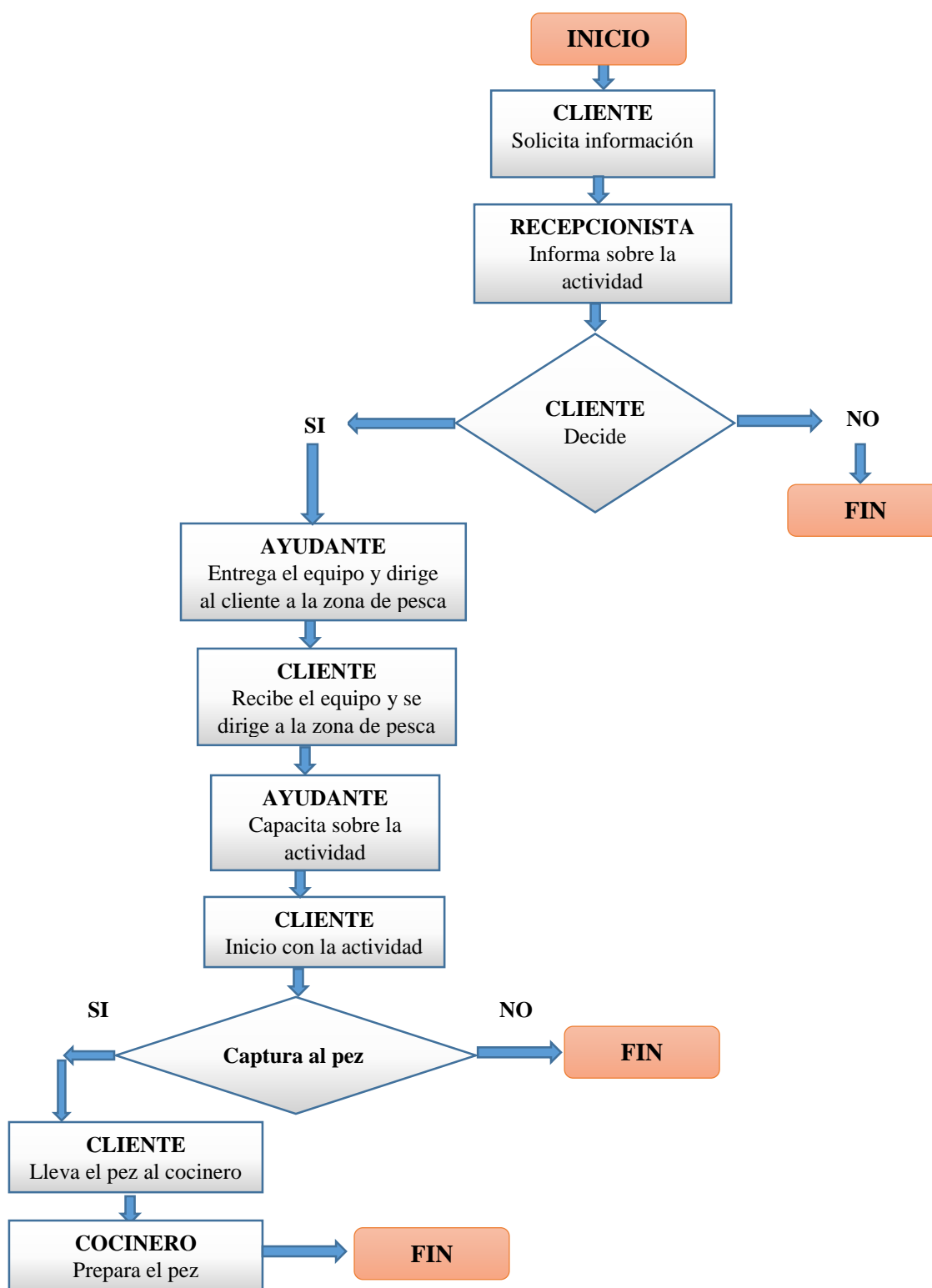
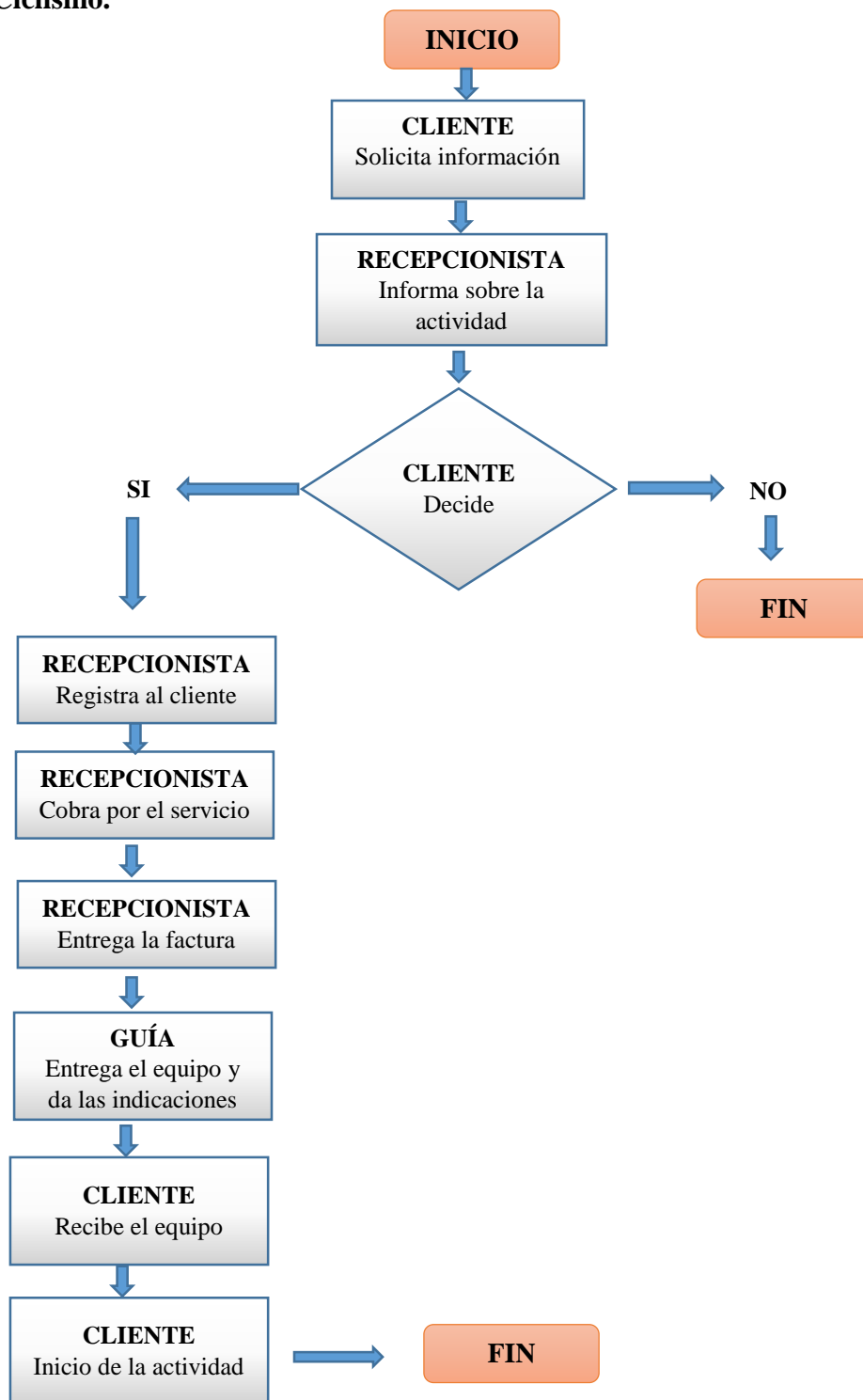


Figura 58. Flujograma del servicio de pesca deportiva.

5. Ciclismo.

**Figura 59.** Flujograma del servicio de ciclismo.

ii. Recetas de menús.

Para el área de alimentación se estructuraron 3 tipos de menús para desayunos, almuerzos, meriendas y postres, para lo cual se utilizó una ficha específica en donde se detalla los ingredientes, las porciones y el procedimiento para la elaboración de cada plato. (Anexo N° 3).

e. Requerimientos para el área productiva.

1) Activos fijos.

Tabla 63. Activos fijos del área productiva.

Activo	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Maquinaria y equipo				
Área de hospedaje				
Lámpara	u	8	55,00	440,00
Lavadora	u	1	936,89	936,89
Secadora	u	1	597,63	597,63
Área de alimentación				
Cocina industrial a gas de 3 quemadores	u	1	275,00	275,00
Cocina de inducción	u	1	1.559,92	1.559,92
Ventilador de pared	u	5	145,00	725,00
Lámpara colgante	u	3	75,00	225,00
Horno industrial	u	1	690,00	690,00
Refrigeradora	u	1	897,85	897,85
Licuada Oster	u	1	141,83	141,83

Batidora Oster	u	1	50,00	50,00
Extractor de olores cocina	u	2	199,00	398,00
Molino corona	u	1	31,00	31,00
Cilindro de gas	u	4	55,00	220,00
Actividades recreativas complementarias				
Retroexcavadora	u	10	30,00	300,00
Equipo de pesca	u	10	16,50	165,00
Huerto ecológico				
Pala	u	10	3,75	37,50
Rastrillo con mango	u	5	10,00	50,00
Guantes	u	20	4,40	88,00
Carretilla	u	2	65,00	130,00
Machete	u	10	2,50	25,00
Botas de caucho	u	20	8,75	175,00
Ponchos de agua	u	20	7,99	159,80
Subtotal				8.318,42
Muebles y enseres				
Área de hospedaje				
Cama de plaza y media	u	32	110,00	3.520,00
Cama de 2 plazas	u	6	120,00	720,00
Colchón plaza y media	u	32	85,00	2.720,00
Colchón 2 plazas	u	6	105,00	630,00
Mesa rectangulares	u	2	280,00	560,00
Mesas redondas	u	2	80,00	160,00
Silla	u	19	22,00	418,00
Juego de muebles	U	8	250,00	2000,00

Área de alimentación (cocina)				
Estantes para cocina	u	1	140,00	140,00
Subtotal				10.868,00
Menaje				
Área de hospedaje				
Colchón de plaza y media	u	32	90,00	2.880,00
Colchón de 2 plazas	u	6	150,00	900,00
Juego de sabanas de plaza y media	u	32	22,10	707,20
Juego de sabanas de 2 plazas	u	6	29,90	179,40
Cobertor plaza y media	u	32	35,00	1.120,00
Cobertor 2 plazas	u	6	49,90	299,40
Almohada	u	44	6,90	303,60
Cortinas	u	8	50,00	400,00
Basurero	u	20	28,99	579,80
Espejo	u	20	60,00	1.200,00
Conjunto de toallas grande y pequeña.	u	45	19,00	855,00
Área de alimentación (cocina)				
Juego de ollas (por 4)	u	2	100,00	200,00
Juego de sartenes (por 2)	u	3	27,00	81,00
Platero	u	2	50,00	100,00
Tabla de picar	u	3	7,00	21,00
Juego de cuchillos (por 4)	u	2	15,90	31,80
Colador	u	3	8,90	26,70

Conjunto de manteles (por 4)	u	2	5,00	10,00
Legumbrera	u	2	15,00	30,00
Fuente para ensalada	u	2	20,00	40,00
Rallador (por 3)	u	2	13,00	26,00
Tenazas de cocina	u	3	2,90	8,70
Cuchara de metal	u	3	3,90	11,70
Cucharón de acero	u	4	9,90	39,60
Espumadera con mango	u	2	3,90	7,80
Espátula de metal	u	3	3,90	11,70
Actividades recreativas complementarias				
Bicicleta	u	10	150,00	1.500,00
Subtotal				11.570,40
Total				30.756,82

Fuente: Investigación primaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

2) Inversiones diferidas.

Tabla 64: Inversiones diferidas.

Denominación	Costo unitario	Costo total
Capacitación al personal	\$30 x 8 horas (3 días).	720,00
Total		720,00

Fuente: Investigación primaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

3) Costos

a) Insumos y materiales

Tabla 65. Insumos y materiales para el área productiva.

Denominación	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Área de hospedaje			
Jabón	14	25,00	300,00
champú	14	25,00	300,00
Papel higiénico	28	30,00	360,00
Área de alimentación			
Cilindro de gas	48 tanques	2,50	120,00
Servilletas	48 (paquetes de 100)	0,75	36,00
Palillos	12 cajas	1,00	12,00
Actividades recreativas complementarias			
Juegos infantiles	1 u	1.000,00	1.000,00
Plantas ornamentales	30 u	1,00	30,00
Total			2.158,00

Fuente: Investigación primaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

b) Materia prima (área de alimentación).

Tabla 66: Materia prima para el área de alimentación.

Producto	Unidad	Cantidad	Costo semanal	Costo total anual
Grasas				
Mantequilla	kilo	2	2,00	104,00
Viveres secos				
Sal	Fundas	3	1,50	78,00
Quinoa	lb	0,50	0,65	33,80
Pimienta negra	gr	25	0,85	44,20
Harina de trigo	kilo	2	3,36	174,72
Azúcar	Kilo	1,50	4,14	215,28
Arroz	kilo	2	2,16	112,32
Fideo tallarín	unidad	2	7,50	390,00
Chocolate	kilo	1	5,20	270,40
Cocoa	lb	2	3,34	173,68
Lácteos				
Leche	lt	10	7,50	390,00
Café	lb	2	0,74	38,48
Huevos	cubeta	2	6,50	338,00
Queso	unidad	3	6,00	312,00
Embutidos				
Tocino	200gr	2	6,00	312,00
Viveres frescos				
Verde	cabeza	2	12,00	624,00
Choclo	saco	0,5	7,50	390,00
Apio	atado	1	1,00	52,00
Culantro	atado	1	1,00	52,00
Perejil	atado	1	1,00	52,00

Zanahoria	saco	0,50	2,00	104,00
Papa	saco	1	16,00	832,00
Col blanca	saco	0,50	4,00	208,00
Espinaca	atado	1	1,00	52,00
Arveja	funda	5	5,00	260,00
Yuca	saco	0,50	9,50	494,00
Limón	unidad	30	2,50	130,00
Cebolla colorada	saco	0,50	14,00	728,00
Ajo	kilo	2	4,40	228,80
Cebolla blanca	atado	0,5	10,00	520,00
Lechuga	unidad	4	1,00	52,00
Tomate riñón	caja	2	24,00	1.248,00
Hierba buena	atado	1	0,50	26,00
Pimiento	caja	0,5	8,00	416,00
Brócoli	unidad	5	1,25	65,00
Carnes				
Pollo	unidad	1	4,50	234,00
Camarón	kg	1	10,00	520,00
Huesos de res	kg	0,5	1,20	62,40
Pescado	kg	0,5	5,10	265,20
Picudo	kg	0,5	5,50	286,00
Pescado(Tilapia)	unidad	5	10,00	520,00
Carne molida	kg	3	6,00	312,00
Conservas				
Mermelada	256gr	2	2,60	135,20
Salsa de tomate	sachet	3	3,00	156,00
Especias				
Comino	lb	1	3,00	156,00
orégano	gr	5	1,00	52,00
Laurel	gr	5	1,00	52,00

Champiñones	gr	5	2,00	104,00
Licores				
Vino blanco	unidad	1	15,00	15,00
Cerveza	unidad	2	2,00	104,00
Panes y fideos				
Pan	unidad	30	4,50	234,00
Frutas				
Naranjilla	caja	0,5	6,50	338,00
Naranja	saco	0,5	4,00	208,00
Banano	cabeza	1	3,00	156,00
Frutilla	lb	2	2,00	104,00
Piña	unidad	3	3,75	195,00
Papaya	unidad	2	1,00	52,00
Mandarinas	unidad	15	1,00	52,00
Aceites				
Achiote	unidad	1	2,00	104,00
Aceite	unidad	3	6,00	312,00
Aceite de oliva	unidad	1	15,00	15,00
Total				14.263,80

Fuente: Investigación primaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

c) Talento humano.

a. Mano de obra directa.

Tabla 67: Mano de obra directa para el área productiva.

N°	Cargo	Salario mensual	Salario anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva (9.35%)	Aporte IESS (11.15%)	Remuneración anual total
Área de hospedaje								
1	Ama de llaves	359,77	4.317,24	359,77	354,00	403,66	481,13	5915.8
1	Camarera de pisos	358,00	4.296,00	358,00	354,00	401,67	479,00	5888.67
Área de alimentación								
1	Chef	360,12	4.321,44	360,12	354,00	404,05	481,84	5921.45
1	Cocinero Polivalente	358,35	4.300,20	358,45	354,00	402,06	479,47	5894.18
Actividades recreativas complementarias								
1	Ayudante/ Auxiliar de servicios en general	354,00	4.248,00	354,00	354,00	397,18	473,65	5826.83
Total anual								29446.93

Fuente: Investigación secundaria/ Ministerio de Relaciones Laborales.

Elaborado por: Ximena Vélez.

b. Mano de obra indirecta.

Tabla 68. Mano de obra indirecta para el área productiva.

N°	Cargo	Salario mensual	Salario anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva (9.35%)	Aporte IESS (11.15%)	Remuneración anual total
Área de alimentación								
1	Mesero	358	4296	358	354	401.16	479	5888.16
							Total	5888.16

Fuente: Investigación secundaria/ Ministerio de Relaciones Laborales.

Elaborado por: Ximena Vélez.

Cuadro 69: Mano de obra indirecta

N°	Cargo	Remuneración económica mensual	Remuneración económica anual
Área de recreación			
Juegos infantiles			
1	Instalación por 3 días Carpintero	30,00	90,00
1	Ayudante	24,00	72,00
Huerto ecológico			
1	Mantenimiento de senderos (5 veces al año) Peón	20,00	100,00
2	Siembra del huerto (1 mes) Agricultor	25,00	750,00
1	Mantenimiento del huerto (cada mes) Agricultor	25,00	300,00
Áreas verdes y jardines			
1	Siembra de plantas (por 2 días) Jardinero	25,00	50,00
1	Mantenimiento cada mes Jardinero	25,00	300,00
Total			1662.00

Fuente: Investigación primaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

4) Servicios básicos.

Tabla 70: Servicios básicos.

Ítem	Proveedor	Costo mensual	Costo anual
Luz	CNEL EP	80,00	960,00
Agua	GAD Municipal Joya de los Sachas	3,60	43,20
Total			1.003,20

Fuente: Investigación primaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

2. Estudio de mercadotecnia o marketing (Área comercial).

a. Estrategias de posicionamiento.

1) Identificación del Nicho de Mercado.

Basados en la investigación de mercado, se identificó que a los futuros clientes les gustaría alojarse en un Centro Ecoturístico ubicado en la Amazonía, teniendo en referencia que los servicios ofertados sean de calidad en un espacio de recreación natural.

Con lo expuesto anteriormente, se decidió que el principal valor a posicionar en el mercado objetivo es el servicio de hospedaje de un Centro Ecoturístico, en un entorno rodeado de paisajes naturales. Complementario a esto el desarrollo de actividades recreativas.

A partir del perfil del turista nacional e internacional se identificaron los siguientes target (grupo objetivo):

a. Target nacional.

Turistas de las ciudades de Quito (56%) y Riobamba (19%) principalmente; entre 18 a 29 años en un 56%, y entre los 30 a 49 años (22%); como edad media

b. Target Internacional.

Turistas de los países de Estados Unidos (43%), Reino Unido (19%), Canadá y Alemania 8%; con un rango de edades que van desde los 50 a 59 años en un 36% y > 60 el (24%); como edad media

5) Marketing Mix

2. Producto

a. Valor diferencial

El presente proyecto cuenta con características esenciales que marcan la diferencia como:

- i. Servicio de alojamiento en cabañas que permiten una estadía placentera, gracias a la comodidad de sus instalaciones.

- ii. Interrelación armónica entre la naturaleza y ser humano.
- iii. Espacios verdes amplios, para que exista una interrelación entre el ser humano y la naturaleza.
- iv. Huerto ecológico, en donde los visitantes podrán disfrutar de productos recién cosechados de la zona además de conocer el proceso de siembra de los mismos.
- v. Generación de empleo para personas de la zona.
- vi. Responsabilidad ambiental: Forestación.
- vii. Actividades al aire libre para integrar a los visitantes.
- viii. Responsabilidad social: Generación de empleo en la comunidad de El Porvenir.

b. Branding.

i. Nombre

Para determinar el nombre del Centro Ecoturístico se tomaron en cuenta términos quechua de la región amazonia, es decir “Sacha Kawsay” que significa:

- i) **Sacha:** Bosque
- ii) **Kawsay:** Vida

Que unido significa la vida relacionada con el bosque, siendo este el sentido que se le quiere dar al Centro Ecoturístico, en donde se busca el disfrute de la naturaleza, pero sin que esta se vea alterada.

ii. Slogan.

Se establece el siguiente slogan: **“un conjunto de vida”**; porque engloba la riqueza de flora y fauna que conjugada con servicios de alojamiento, alimentación y recreación crean el ambiente propicio para el deleite de los visitantes.

iii. Símbolo/logotipo de la empresa.

Los colores y el logotipo son diseñados pensando en la belleza de la naturaleza, en su gran diversidad y colorido.



Figura 60. Logotipo de la empresa.

Fuente: Agencia Publicitaria FL.
Elaboración: Luis Vallejo.

i) Componentes

Los componentes utilizados dentro del logotipo están constituidos por imágenes gráficas y textuales, las mismas que representan lo siguiente:

- **Iconografía representada en el logotipo.**



Árbol de Cedro, representa a la naturaleza de la amazonia.



Cabañas autóctonas de la zona que nos conjuga la armonía que rodea nuestra habita.




Conjunto de montañas que guarda vida, donde se encuentra el paraíso de lo mágico.

- **Tipografía.**

Se consideró adecuada una tipografía dinámica, original y llamativa para la palabra Sacha Kawsay al igual que para el slogan.

Tabla 71: Tipografía.







Tipografía	Fuente	Utilización
	Hobo Std Medium (Medium)	Fuente escogida por su simpleza y armonía en sus trazos denotando sutileza.
<i>un conjunto de vida</i>	Monotype (Regular) Cursiva	Utilización de eslogan con letra minúscula.

Fuente: Agencia Publicitaria FL.

Elaboración: Luis Vallejo.

ii) Gama cromática de la empresa.

La cromática utilizada en la marca, gira al rededor del entorno de la Amazonia.

	Verde	Simboliza la relación del hombre con la naturaleza se relaciona con el color de la selva.
	Café	Representa la humedad, los árboles secos sus hojas secas que vuelven a la tierra y se convierten en materia orgánica cumpliendo un ciclo de vida.
	Verde limón	Naturaleza pura belleza del ambiente selvático.
	Rosado	Color y esplendor de las maravilla de las ora y variedad de ores y especies nativas de la amazonia.
	Naranja	Es la referencia para saber que los frutos están maduros o listos para la cosecha y se relaciona con el sol naciente.
	Amarillo	Representa la riqueza de la tierra, la riqueza de la naturaleza.
	Turquesa	El color de sus aguas donde fluye la vida de los seres humanos.
	Morado	Representa la mescla de los productos frutales.
	Celeste	Es el vínculo del hombre con el cosmos, universo, cielo que inspira al hombre y le dota de sabiduría.
	Blanco	El blanco es la expresión de una fuente de vibración, es la unidad entre nosotros mismo, el total desprendimiento de nuestros temores.

iv. Identidad corporativa.

Se diseñó y definió elementos gráficos de papelería, como: tarjetas de presentación, hoja membretada, bolsas, carpetas, principalmente.



Figura 61. Tarjeta de presentación.



Figura 62. Hoja membretada.



Figura 63. Carpeta.



Figura 64. Bolsa.

3. Plaza.

De acuerdo al estudio de mercado, se utilizarán los siguientes canales de distribución:

a. Canal directo – Forma directa.

El Centro Ecoturístico, utilizará este canal para turistas nacionales, debido a que el 60% organizan sus viajes directamente sin hacer uso de intermediarios.

b. Canal indirecta – Forma indirecta.

Se utilizará este canal para turistas extranjeros, debido a que el 85% realizan sus viajes a través de agencias de viaje.

4. Promoción

a. Publicidad

Para establecer los medios publicitarios para el Centro Ecoturístico, se consideró los resultados obtenidos en el estudio de mercado, en el cual los turistas nacionales utilizan los siguientes medios publicitarios: internet (38%), tour operadoras (37%) y televisión (22%); mientras que los turistas extranjeros utilizan: tour operadoras (63%), internet (19%) y recomendación de amigos (15%).

ii. Página en redes sociales.

Se creará un perfil en la página de Facebook del Centro Ecoturístico, con el propósito de que sea conocida a través de estas redes sociales, debido a que son de uso masivo. La misma constará principalmente de imágenes y el link de la página web oficial del Centro Ecoturístico.



Figura 66. Página en Facebook.

iii. Volantes.

Los volantes se utilizarán principalmente para promocionar el Centro Ecoturístico en agencias de viajes, operadores, hoteles y restaurantes.



Figura 67. Diseño de volantes.

iv. Material pop.

El objetivo de diseñar material POP, es promocionar el Centro Ecoturístico con artículos que contengan el sello de la misma y el visitante pueda adquirirlos como un recuerdo de su visita.



Figura 68. Diseño de Taza.



Figura 69. Diseño de camisetas.

b. Políticas de promoción.

- i. El Centro Ecoturístico realizará descuentos especiales a grupos de más de 5 personas.
- ii. Se determinará promociones especiales en los meses de temporada baja, fines de semanas y feriados.
- iii. Si el cliente se encuentra de aniversario o cumpleaños se obsequiará un recuerdo.

6) Requerimientos para el área comercial.

c. Activos fijos.

Tabla 72: Activos fijos para el área comercial.

Activo	Unidades	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Equipos				
Calculadora	u	1	15,00	15,00
Grapadora	u	1	6,00	6,00
Perforadora	u	1	6,00	6,00
Subtotal				27,00
Equipos de computación.				
Computadora	u	1	850,00	850,00
Impresora	u	1	259,99	259,99
Subtotal				1.109,99
Muebles y enseres.				
Counter de recepción	u	1	280,00	280,00
Silla giratoria	u	1	50,00	50,00
Escritorio	u	1	360,00	360,00
Archivador	u	1	149,00	149,00
Conjunto de muebles	u	1	800,00	800,00
Comedor				
Mesas rectangulares	u	2	700,00	1400,00
Mesas cuadradas	u	4	40,00	160,00
Silla	u	56	29,00	1624,00

Subtotal				4.823,00
Menaje				
Comedor				
Juego de platos (por 16 piezas, 4 puestos)	u	12	50,00	600,00
Juego de cubiertos (por 24)	u	2	40,00	40,00
Mantelería	u	12	25,00	300,00
Vasos de cristal (18 piezas)	u	3	55,00	165,00
Salero	u	6	1,50	9,00
Azucarera	u	6	2,00	12,00
Ajicero		4	3,64	14,56
Jarras	u	10	3,60	36,00
Servilletero	u	10	3,00	30,00
Subtotal				1.206,56
Total				7.166,55

Fuente: Investigación primaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

d. Inversiones diferidas

Tabla 73: Inversiones diferidas para el área comercial.

Denominación	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Adecuaciones de oficina	13,2 m2	100,00	1.320,00
Publicidad y promoción			
Tarjetas de presentación	500	1,00 plancha de 25	20,00
Hojas membretadas	500	0,20	100,00
Carpetas	750	0,25	187,50
Bolsas	500	1,50	750,00
Tazas	100	3,50	350,00
Camisas	100	5,00	500,00
Volantes	1000	0,50	500,00
Diseño de la página web	1	500,00	500,00
Fiesta de inauguración	1	1000,00	1000,00
Total			5.227,50

Fuente: Investigación primaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

c) Insumos y materiales

Tabla 74: Insumos y materiales para el área comercial.

Denominación	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Papel bond	2 resmas	5,00	10,00
Recarga de cartuchos	2	10,00	20,00
Esferos	2	4,90	9,80
Grapas	2 cajas	2,00	4,00
Clips	2 cajas	2,50	5,00
Facturero	2	5,00	10,00
Sistema de señalética			
Plintos o fundición a piso.	180 kg/cm2	10,00	70,00
Columnas o postes. (Tubo galvanizado de 25,4mm x 25,4 mm (1" x 1") y 1,2 mm de espesor.)	8	15,00	120,00
Pantallas. (Láminas de aluminio liso anodizado).	7	12,00	84,00
Adhesivos	7	14,50	101,50
Total			434,30

Fuente: Investigación primaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

4) Gastos.

Tabla 75: Gastos del área comercial.

Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Gasto anual
Publicidad y promoción			
Volantes	125	25,00	300,00
Carpetas	200	10,00	120,00
Bolsas	50	75,00	900,00
Hojas membretadas	250	20,00	240,00
Tarjetas de presentación	250	10,00	120,00
Mantenimiento de la página web	1	200,00	200,00
Total			1.880,00

Fuente: Investigación primaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

1. Talento humano y remuneración económica para el área comercial.

Tabla 76: Talento humano y remuneración económica para el area comercial.

N°	Cargo	Remuneración económica mensual	Remuneración económica anual
Sistema de señalética			
1	Albañil (instalación por 2 días)	100,00	100,00
Total			100,00

Fuente: Investigación primaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

C. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD AMBIENTAL Y SOCIOCULTURAL.

Para realizar el estudio ambiental se aplicó la matriz de Lázaro Lagos, con la finalidad de determinar los componentes ambientales y actividades susceptibles a soportar algún cambio o impacto, siendo los siguientes:

1. Descripción de componentes ambientales susceptibles a recibir impactos.

a. Aire

Factor muy susceptible a sufrir impactos por las actividades turísticas por ser un elemento vital para el ser humano, su estudio debe ser responsable. La utilización de maquinaria y equipos tanto en la fase de construcción y de operación producirá un efecto negativo sobre este elemento. Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son las partículas en suspensión y oxigenación del ambiente.

b. Suelo

Las actividades que se realicen en la hostería y la construcción de la planta turística sin duda causarán impactos ambientales negativos tales como compactación y contaminación por desechos sólidos.

c. Agua

La utilización del agua es indispensable, por lo que es importante darle buen uso a este recurso tan imprescindible para la humanidad. Los factores ambientales a ser evaluados serán el uso intensivo del agua y la disminución del consumo del agua.

d. Flora y Fauna

La presencia de turistas, puede causar impactos negativos tanto en flora como en fauna, aún más en la etapa de construcción mediante la modificación del hábitat.

En flora la pérdida de especies en la etapa de construcción, lo cual es necesario reforestar con plantas propias de zona para recompensar el daño causado.

En fauna la alteración del hábitat y comportamiento de las especies dará como resultado la migración de especies.

La señalética apoyará a la conservación de la flora y fauna, contribuyendo además a la educación ambiental para reducir los posibles impactos negativos. Los impactos a ser evaluados son:

- 1) Modificación del hábitat
- 2) Alejamiento de especies de fauna
- 3) Pérdida de flora
- 4) Conservación de las especies de flora y fauna

e. Socio económico

El turismo creará un encuentro cultural, el cual debe manejarse en términos de respeto a la cultura local, como resultado de un intercambio de costumbres. Otro factor del presente proyecto es que contribuirá con la economía de la comunidad generando fuentes de empleo.

La creación del Centro Ecoturístico generará una opción de vida más sana mediante el fomento de deportes y esparcimiento, además, tendrá como resultado principal el amor a la naturaleza y a una vida sin estrés. Los principales impacto a ser evaluado en este factor ambiental son:

- 1) Aumento de turismo en la zona.
- 2) Sensibilización de turistas.
- 3) Intercambio cultural.
- 4) Aporte a la economía local.
- 5) Fomento al deporte y esparcimiento.

f. Paisaje

El entorno se modificará a gran escala por la intervención del ser humano con la realización de actividades como la construcción, operación, la generación de basura y la perturbación por ruido.

Los impactos a ser evaluados son los siguientes:

- 1) Generación y eliminación de basura
- 2) Perturbación por ruido
- 3) Modificación del entorno

2. Identificación de las actividades que pueden causar impacto

a. Fase de instalación

a. Movimiento de tierra

Para la construcción habrá movimientos de tierra tales como excavaciones, desbroces, nivelaciones y deforestación. Acciones necesarias, por lo cual en el futuro se deberá realizar medidas que contrarresten dicha acción.

b. Montaje de la obra

Acción que hace referencia a levantamiento de la obra civil de la planta turística. En este proceso ocasionará varios impactos, haciendo que su análisis sea de gran relevancia.

c. Drenaje de aguas negras

Importante por el concepto del cuidado ambiental y ahorro de recursos por lo que se toma en consideración en la planificación de la infraestructura turística.

d. Ahorro del consumo de agua

Se plantea disminuir el consumo del agua para no que este recurso se mantenga y pueda ser utilizada por las nuevas generaciones.

e. Reforestación con plantas nativas

Acción relevante para compensar los impactos causados por la fase de instalación.

b. Fase de Operación

1) Operación turística

Las personas realizan la operación turística lo que indica que en el trascurso del desarrollo de la actividad se generará impactos, por lo cual se encuentra presente en el proyecto.

2) Actividades turísticas recreacionales

Los turistas que llegaran a la hostería representarán la realización de actividades, acción que representa generación de impactos tanto sociales como ambientales. Incluye ciclismo, pesca deportiva y caminatas.

3) Educación ambiental

Importante actividad para brindar información de la flora y fauna del lugar, además de la sensibilización ambiental a los turistas.

4) Eliminación de desechos

El manejo de los desechos se propone como una actividad clave para mitigar los efectos negativos provocados por los mismos, puesto que se le dará un uso adecuado a los desechos, de acuerdo a su origen; en el caso de los desechos orgánicos se puede utilizar como abono, con la finalidad de evitar el uso de abonos químicos, mejorando la fertilidad del suelo y a la vez impidiendo la contaminación del aire.

En el caso de los desechos inorgánicos de acuerdo a su composición se puede aplicar la metodología de las tres R's, que se basa principalmente en reducir, reciclar y reutilizar, con la finalidad de darle un nuevo uso al desecho.

5) Generación de fuentes de trabajo

Factor de beneficio social de gran relevancia pues se pretende que el personal que labore en la hostería sean residentes de la localidad. Todas las acciones del proyecto generarán fuentes temporales o permanentes de empleo, además, los negocios locales serán beneficiados por ser proveedores de los recursos que se requieran.

6) Tratamiento de residuos orgánicos.

Los residuos orgánicos son elementos que no pueden ser reutilizados, pero mediante un adecuado tratamiento se lo puede transformar en abono.

3. Matriz Lázaró Lagos.

Tabla 77: Matriz Lázaró Lagos.

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1) Movimiento de tierras	2) Montaje de la obra.	3) Drenaje de aguas negras.	4) Captación y almacenamiento de agua	5) Reforestación con plantas nativas	6) Operación turística	7) Actividades turísticas recreacionales	8) Educación ambiental	9) Eliminación de desechos	10) Generación de fuentes de empleo	11) Tratamiento de residuos orgánicos		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
A. AIRE	X	X				X						Partículas en suspensión	(-)	2	1	C	Pr	2	3	C	S	7
					X							Oxigenación del ambiente	+	2	2	C	Pr	1	3	M	S	8
B. SUELO	X	X				X	X					Compactación	(-)	2	2	D	Pr	2	2	M	S	8
		X	X			X	X		X			Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos.	(-)	2	2	C	Pr	1	3	C	S	8
C. AGUA						X	X					Uso intensivo del agua	(-)	2	2	D	Pr	1	3	C	S	8
				X				X				Disminución del consumo del agua.	+	2	2	C	Pr	1	3	C	S	8
D. FLORA Y FAUNA	X	X							X			Modificación del hábitat.	(-)	2	2	C	Pr	1	1	C	S	6
	X	X				X	X					Alejamiento de especies de fauna.	(-)	2	2	C	Pr	2	2	C	S	8
	X	X				X						Pérdida de flora.	(-)	2	2	C	Pr	2	2	C	S	8
			X	X	X	X	X	X				Conservación de las especies de flora y fauna.	+	2	2	C	Pr	2	2	M	S	8

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											IMPACTOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN									
	1) Movimiento de la tierra	2) Montaje de la obra.	3) Drenaje de aguas negras.	4) Captación y almacenamiento de agua.	5) Reforestación con plantas nativas	6) Operación turística	7) Actividades turísticas recreacionales	8) Educación ambiental	9) Eliminación de desechos	10) Generación de fuentes de empleo	11) Tratamiento de residuos orgánicos		1. Naturaleza	2. Magnitud	3. Importancia	4. Certeza	5. Tipo	6. Reversibilidad	7. Duración	8. Tiempo en aparecer	9. Considerado en el proyecto	10. Ponderación
E. SOCIO - ECONÓMICO						X	X	X				Aumento del turismo en la zona	+	2	3	D	Sc	2	3	L	S	11
				X					X			Sensibilización de turistas	+	2	3	D	Pr	2	3	M	S	11
						X	X	X				Intercambio cultural	+	2	1	C	Pr	2	3	L	S	7
	X	X			X	X	X	X		X		Aporte a la economía local	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
							X					Fomento al deporte y esparcimiento.	+	2	2	D	Pr	2	3	M	S	9
F. PAISAJE	X	X				X	X	X	X		X	Generación y eliminación de basura.	(-)	2	3	D	Pr	2	3	C	S	11
	X	X					X					Perturbación por ruido	(-)	2	1	D	Pr	1	1	C	S	4
	X	X							X			Modificación del entorno.	(-)	2	2	C	Pr	1	3	C	S	8

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

4. Matriz evaluación Lázaro Lagos.

Tabla 78: Matriz evaluación Lázaro Lagos.

COMPONENTES AMBIENTALES	ACTIVIDADES											TOTAL	TOTAL	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	(+)	(-)	
A	-7	-7			8	-7						8	21	29
B	-8	-16	8			-16	-16		-8			8	64	72
C				8		-8	-8	8				16	16	32
D	-22	-22	8	8	8	-8-8, 8	-8+8	8	-6			48	74	122
E	9,9	9		11	9	11+7+9	11+7+9 +9	11+7+ 9	11	9		157	-	157
F	-23	-23				-11	-15	11	-8		11	22	80	102
TOTAL (+)	18	9	16	27	25	35	44	54	11	9	11	259		
TOTAL (-)	60	68	-	-	-	58	47	-	22	-	-		255	
TOTAL	78	77	16	27	25	93	91	54	33	9	11			514

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

5. Evaluación de la matriz de Lázaro Lagos.

Los resultados obtenidos después de aplicar la herramienta de evaluación reflejan que los impactos positivos son mayores que los impactos negativos.

Dando como resultado: valores positivos 259 y valores negativos 255. Esto demuestra que el proyecto no causará un impacto socio – ambiental.

a. Actividades

Las acciones más beneficiosas del proyecto son la educación ambiental con una puntuación de 54, las actividades turísticas recreacionales con una puntuación de 44, a continuación se registra la operación turística con 35, la captación y almacenamiento de agua 27, la reforestación con plantas nativas 25, el movimiento de la tierra 18, el drenaje de aguas negras 16, eliminación de desechos 11 y el tratamiento de residuos orgánicos 11, todas estas actividades son de gran importancia en la concientización ambiental. Además existe un porcentaje positivo para las actividades como generación de fuentes de empleo 9, ya que generarán fuentes de empleo.

En cuanto a las acciones negativas, las actividades que más afectan son montaje de obra 68, movimiento de la tierra 60, operación turística con un valor de 58, seguido de actividades turísticas recreacionales 47 y eliminación de desechos 22.

b. Componentes ambientales

El componente socio-económico es el más beneficiado ya que alcanzó una puntuación de 157 lo que indica la importancia que tiene el aumento del turismo en la zona, sensibilización de turistas, intercambio cultural, aporte a la economía local y fomento al deporte y esparcimiento, factores muy importantes para el desarrollo económico y el cuidado del medio ambiente.

En el caso de la flora y la fauna son componentes que se benefician a través de la intervención de actividades de reforestación valor favorable de 48. Los siguientes componentes que son positivos son paisaje 22, seguido de agua 16 y por último aire y suelo con 8.

Los componentes que resultan afectados son el paisaje con 80, dependerá en su mayoría por la modificación del entorno y la eliminación de los desechos, además de la perturbación por ruido, a continuación se encuentra el componente flora y fauna con un valor negativo de 74, el suelo obtuvo una puntuación de 64 que básicamente se debe a la modificación del hábitat, además el aire con 21 y el agua con 16 son los valores negativos bajos.

Se puede concluir que los impactos negativos causados por la ejecución de este proyecto son mínimas en relación a los beneficios que aportará a la población local y al ambiente; ya que éstos no amenazan al ecosistema de manera abrupta y que mediante buenas prácticas del turismo sostenible se mitigará los impactos ambientales causados, en especial con la concientización a turistas y población en general.

Por lo tanto a continuación se presenta el plan de mitigación que aportará con la reducción de los impactos negativos.

6. Plan de mitigación.

Tabla 79: Plan de mitigación.

COMPONENTE	IMPACTOS	MEDIDAS	REQUERIMIENTOS	COSTO
Aire	Partículas en suspensión.	Sembrar árboles.	Plantas nativas.	50,00
		Capacitar al personal sobre el cuidado del aire.	Material didáctico para capacitar.	50,00
Suelo	Compactación	Implementación de senderos.	Elaboración de senderos.	1.000,00
	Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos.	Implementar un sistema de manejo y de reciclaje de los residuos sólidos.	Recipientes para clasificar la basura en orgánicos e inorgánicos.	400,00
Agua	Uso intensivo del agua.	Tratar aguas negras y grises colocando diferentes tuberías; para el tratamiento de las negras se utilizara el proceso de sedimentación y para las grises construcción de pozas con plantas acuáticas flotantes (purifican).	Plantas acuáticas	10,00
	Disminución del consumo de agua.		Ladrillo, cemento, pala, carretilla, tubos.	300,00
			Mano de obra local.	200,00
Flora y fauna	Modificación del hábitat.	Reforestar.	Plantas nativas.	50,00
	Alejamiento de especies de flora.	Implementar señalética turística de prohibición, prevención y concientización.	Señalética de prohibición, prevención y concientización.	200,00
	Perdida de flora.			
	Conservación de las especies de flora y fauna.	Explicar a los turistas sobre la importancia de las especies de flora y fauna.		

Socio – económico	Aumento del turismo en la zona.	Capacitar al personal y talleres a la comunidad sobre micro emprendimientos turísticos.	Material didáctico.	50,00
	Sensibilización de turistas.	Hacer participar a los turistas en actividades de Turismo Sostenible (sembrar un árbol).	Árboles nativos.	10,00
	Intercambio cultural	Invitando a las personas de la comunidad a participar en actividades.	Refrigerios	20,00
	Aporte a la economía local	Contratar a personas de la comunidad para que trabajen en el Centro Ecoturístico.	Socialización	10,00
	Fomento al deporte y esparcimiento.	Con actividades de caminatas, ciclismo y pesca deportiva.	Invitar	10,00
Paisaje	Generación y eliminación de basura.	Generar en lo posible la menor cantidad de basura, clasificar los residuos orgánicos e inorgánicos. Los residuos orgánicos sean utilizados para realizar compost.	Cajón para compost.	50,00
	Perturbación por ruido.	Controlar el tiempo en que se desarrolla la obra.	Persona encargada	10,00
	Modificación del entorno.	Sembrar plantas nativas.	Plantas nativas.	10,00
TOTAL				2.430,00

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez

D. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA LEGAL.

1. Estudio legal.

a. Tipo de empresa.

El Centro Ecoturístico se constituirá como una empresa privada, de tipo microempresa civil de sociedad anónima que se fundamenta legalmente en las leyes de la República del Ecuador.

b. Constitución política de la República del Ecuador.

Considerando la Constitución Política vigente, aprobada el 28 de septiembre de 2008 se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

1) **Art. 66.-** Se reconoce y garantizará a las personas,

Numeral 13.- El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

Numeral 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

2) **Art 83.-** Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

Numeral 6.- Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

- 3) **Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.
- 4) **Art. 320.-** En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

c. Ley de Turismo.

Considerando la Ley de Turismo suscrita en el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 el 19 de abril del 2001, se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

- 1) **Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas a las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

Alojamiento;

- a) Servicios de alimentos y bebidas;
 - b) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
 - c) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
 - d) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadores de eventos congresos y convenciones; y,
 - e) Casinos, salas de juego (bingo - mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.
- 2) **Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujetan a las normas técnicas y de calidad vigentes.
- 3) **Art. 9.-** El registro de turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y la categoría que le corresponda.

- 4) **Art. 10.-** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado les transfiere esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos la Licencia Única Anual de Funcionamiento.

b. Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo.

En el Decreto Ejecutivo 1186, publicado en el Registro Oficial 244 el 5 de enero del 2004 se expide el Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo, dentro del cual se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

- 1) **Art. 43.-** Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la Ley:

2) Alojamiento.

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica, a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;

- 3) **Art. 45.-** Quien pueda ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la Ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

c. Del registro único de turismo.

- 1) **Art 47.-** Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una zona vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho tales como transferencia o cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

- 2) **Art. 48.-** Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

d. De la licencia única anual de funcionamiento.

- 1) **Art. 55.-** Requisito para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.
- 2) **Art. 56.-** Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento: A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

- 3) **Art. 60.-** Pago por la licencia: El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante expedición de la ordenanza correspondiente.

e. Reglamento general de Actividades Turísticas.

Considerando el Reglamento general de actividades turísticas decretado en el Decreto Ejecutivo 3400 y publicado en el Registro Oficial 727 el 17 de diciembre del 2002; se ha tomado como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

- 1) **Art. 1.- Alojamientos.-** Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

- 2) **Art 3.- Clasificación.-** Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

a) Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros

Subgrupo 1.1. Hoteles

Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas)

Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas)

Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas)

Subgrupo 1.2. Hostales y pensiones

Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Hostales residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas

Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas)

b) Grupo 2.- Alojamientos Extra hoteleros

Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas)

Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas)

En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

3) Hostería, Refugios, Moteles y Cabañas.

- a) **Art. 26.-** Cabañas.- Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centro vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de 6 cabañas.
- b) **Art. 27.-** Hostería, refugios, moteles y cabañas de 3 estrellas.- Deberán contar con los siguientes servicios:
- i. Recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado y conocerá, además del español, el idioma inglés.
 - ii. Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiera este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de recepción;
 - iii. En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
 - iv. Botiquín de primeros auxilios.
- c) **Art. 30.-** Servicios comunes en hosterías, moteles, refugios y cabañas.- Las hosterías, moteles, refugios y cabañas; cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrarlo.

f. Requisitos legales.

Para poder constituir la empresa turística se necesita realizar los siguientes trámites:

1) Registro Único de contribuyentes.- Para obtener el RUC de personas jurídicas se requiere:

- a) Formulario RUC lleno con los datos de la compañía.
- b) Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
- c) Original y copia del nombramiento del representante legal.
- d) Original y copia de la cedula de ciudadanía del representante legal.
- e) Carta de compromiso firmada por el contador, incluyendo su número de RUC.

2) Patente Municipal.- Cuyos requisitos son:

- a) Formulario de patente de actividades económicas (se lo compra en la ventanilla de venta de especies valoradas N.- \$0,20).
- b) Original y copia de la cédula y papeleta de votación.
- c) Original y copia de RUC.

- d) Copia permiso de cuerpo de bomberos.
- e) Copia del acta de constitución de la empresa.
- f) Copia de la carta del impuesto predial del local donde funciona el negocio (la carta puede ser de cualquier año).

3) Permiso sanitario.- Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- a) Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- b) Comprobante de pago de patente del año.
- c) Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- d) Certificado (s) de salud.
- e) Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- f) Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

4) Registro actividad turística.- Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la corporación, acompañados de los siguientes documentos:

- a) Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiera, tratándose de personas jurídicas.
- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante en la oficina del Registro Mercantil.
- c) Copia del R.U.C.
- d) Copia de la cédula de identidad.
- e) Copia de la papeleta de votación.
- f) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud.
- g) Registro único de contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.
- h) Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- i) Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).
- j) Declaración juramentada de activos fijos para cancelación de 1 por mil.
- k) Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si esta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación.

5) Licencia Anual de Funcionamiento.- Para la obtención de la Licencia Anual de Funcionamiento los requisitos son:

- a) Solicitud de Registro en el Catrasto turístico dirigida al señor Alcalde.
- b) Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo.
- c) Patente Municipal actualizada.
- d) Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial (este trámite es opcional).
- e) Copia certificada del RUC.
- f) Lista de precios del establecimiento turístico.
- g) Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento.

6) Afiliación a la Cámara de Turismo Provincial.- Para la afiliación a la Cámara de Turismo Provincial se debe recalcar que su afiliación es opcional, y se necesitan los siguientes requisitos:

- a) Copia de la cédula de identidad y certificado de votación del representante legal de la empresa.
- b) RUC.
- c) Patente municipal.
- d) Registro del Ministerio de Turismo.
- e) Dos fotos de tamaño carnet.

Tabla 80: Resumen de la fundamentación legal.

Nombre de la ley	Artículo	Relación con el proyecto
Constitución política de la República del Ecuador.	Art. 66	Reconoce y garantiza el derecho a asociarse para desarrollar actividades económicas en forma individual o colectiva.
Constitución política de la República del Ecuador.	Art. 319	Reconoce diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.
Ley de turismo.	Art. 5	Se consideran actividades turísticas a las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de actividades como: Alojamiento (servicios de alimentos y bebidas, transporte, operación).
Reglamento general de Actividades Turísticas.	Art. 26	Clasificación de los alojamientos. Cabañas.- Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centro vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de 6 cabañas.
Reglamento general de Actividades Turísticas.	Art. 30	Servicios comunes en hosterías, moteles, refugios y cabañas.- Las hosterías, moteles, refugios y cabañas; cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrarlo.

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

c. Requisitos para la creación.

Tabla 81: Requisitos para la creación de la empresa.

Requisitos	Inversión
De constitución	
Estatutos Constitución	250,00
Elevación escritura de registro	500,00
Registro nombramiento legal	150,00
Apertura de cuenta Banco Nacional de Fomento	800,00
Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual	100,00
Otras instituciones	200,00
Total	2.000,00

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

d. Requisitos para el funcionamiento.

Tabla 82: Requisitos para el funcionamiento de la empresa.

Requisitos	Inversión
De permisos, patentes y licencias.	
Registro del Mintur	210,00
Permiso sanitario	204,00
Licencia de funcionamiento	139,62
Otras instituciones	30,00
Total	583,62

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

a. Requerimientos para el área administrativa.

1. Inversión en activos fijos.

Tabla 83: Activos fijos para el área administrativa.

Activo	Unidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Muebles y enseres				
Mesas para oficina	U	2	120,00	240,00
Silla giratoria	U	6	50,00	300,00
Subtotal				540,00
Equipos de oficina				
Computadora	u	1	850,00	850,00
Impresora	u	1	259,99	259,99
Calculadora	u	1	15,00	15,00
Subtotal				1.124,99
Total				1.664,99

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

2. Materiales e insumos.

Tabla 84: Materiales e insumos para el área administrativa.

Denominación	Cantidad	Gasto mensual	Gasto anual
Carpetas colgantes	4	15,00	180,00
Archivadores	2	4,90	58,80
Papel bond	2 resmas	5,00	60,00
Esferos	2	4,90	58,80
Total			357,60

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

3. Talento humano y remuneración económica.

Tabla 85: Talento humano y remuneración económica para el área administrativa.

N°	Cargo	Salario mensual	Salario anual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva (9.35%)	Aporte IESS (11.15%)	Remuneración anual total
Área de hospedaje								
1	Gerente	370,53	4446.36	370.53	354	415.73	495.77	6082.39
1	Recepcionista	358,00	4296	358	354	401.68	479.00	5888.68
1	Chofer	539,22	6470.64	539.22	354	605.00	721.48	8690.34
							Total	20661.42

Fuente: Investigación secundaria/ Ministerio de Relaciones Laborales.

Elaborado por: Ximena Vélez.

2. Estudio administrativo.

a. Estructura organizativa de la empresa.

Estructura organizacional de la empresa: en base a la estructura organizativa de la empresa, se establecieron cuatro niveles, que deberán coordinar entre si las actividades para el desarrollo exitoso del proyecto. El organigrama estructural para el Centro Ecoturístico es el siguiente:

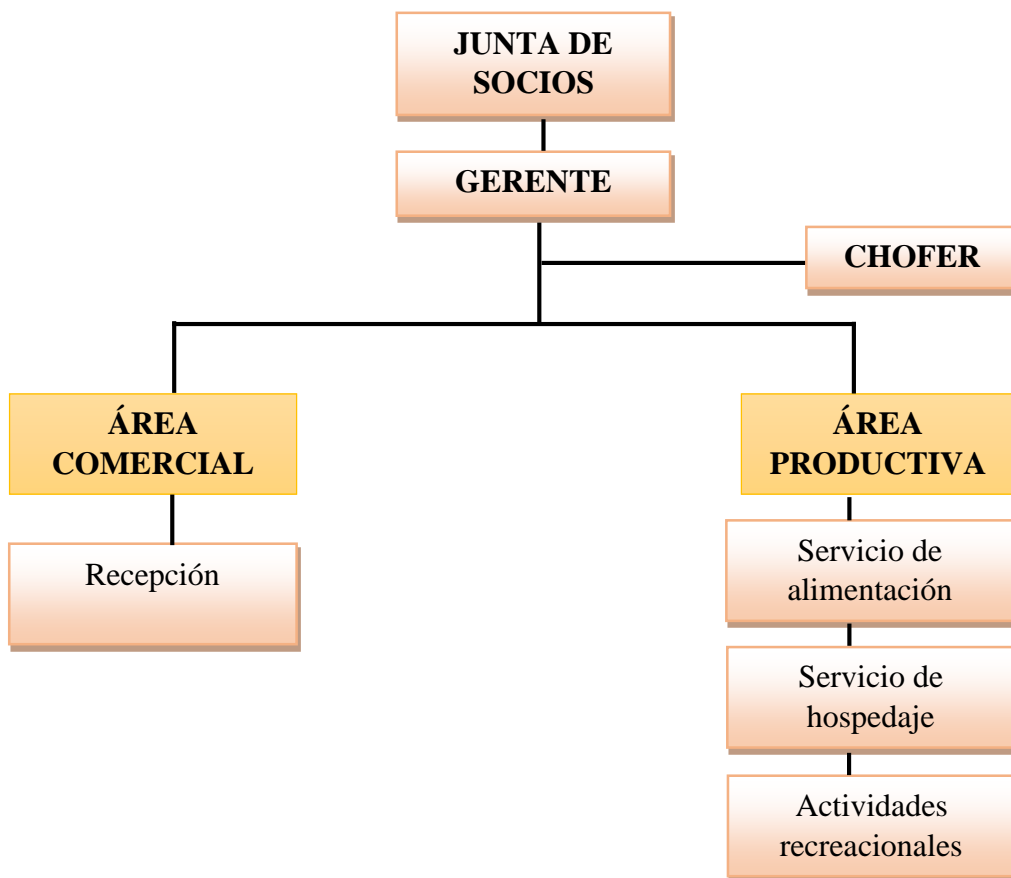


Figura 70. Organigrama estructural.

Fuente: Investigación secundaria
Elaboración: Ximena Vélez.

- b. Estructura funcional de la empresa:** en base a la estructura organizativa de la empresa se estableció el personal necesario que se deberá contratar para el funcionamiento de la empresa. El organigrama funcional para el Centro Ecoturístico es el siguiente:

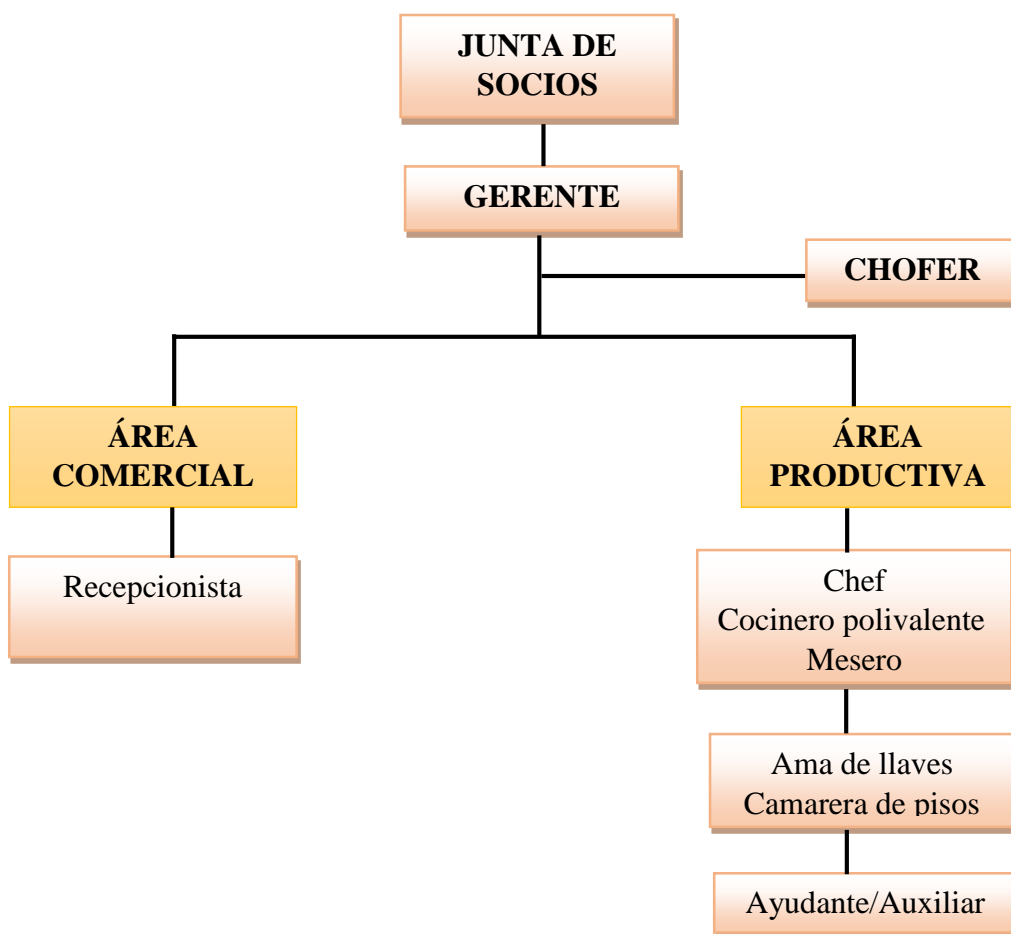


Figura 71. Organigrama funcional.

Fuente: Investigación secundaria
Elaboración: Ximena Vélez.

3. Manual de funciones.

La elaboración del manual de funciones para el Centro Ecoturístico, tiene como propósito definir los conocimientos, habilidades, actitudes de una persona para desempeñar exitosamente una ocupación laboral, en diferentes contextos.

Para la elaboración del manual se tomaron en cuenta los lineamientos establecidos según el “Sistema de Certificación de Competencias Laborales en el sector Turismo”, propuesto por la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de turismo, FENACAPTUR, cuyo objetivo es impulsar el mejoramiento de la calidad de los productos y servicios del sector turístico para elevar la competitividad del Ecuador como destino de clase mundial.

1. Gerencia

Tabla 86: Perfil para el cargo de gerente.

Cargo: Gerente/ Administrador.	
Descripción del cargo.	El Administrador de Empresas de alojamiento se ocupa principalmente, de gestionar los procesos de la empresa; buscar la calidad continua en todo los servicios que se ofertará, cumplir con las exigencias legales y tributarias, finalmente incentivar al personal para alcanzar un desarrollo económico, competitividad y crecimiento de la empresa.
Funciones.	<ul style="list-style-type: none"> a. Planificar objetivos y estrategias b. Establecer estrategias y acciones de mercadeo c. Analizar y evaluar resultados para proponer acciones d. Alcanzar objetivos esperados e. Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento f. Asegurar la satisfacción del cliente g. Liderar el equipo humano de trabajo

Competencia.	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Procesos y procedimientos administrativos y contables. b. Técnicas de definición de precios, productos y servicios. c. Técnicas de manejo de personal y equipos de trabajo. d. Procesos de mejora continua. e. Técnicas de negociación y administración de contratos. f. Vocabulario técnico del segmento de turismo y hospitalidad. Aspectos laborales legales, comerciales tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración hotelera. g. Técnicas de liderazgo y jefatura. h. Métodos de evaluación de desempeño de personal. i. Tipo, estructura y funcionamiento de los establecimientos de alojamiento. j. Técnicas de mercadeo. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Planificación de corto y largo plazo. b. Toma de decisiones. c. Raciocinio numérico aplicado a negocios. d. Raciocinio lógico verbal para entender y comunicarse de manera clara y articulada, en forma oral y escrita. e. Interpretación del lenguaje corporal. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Innovador. b. Perseverante. c. Atento. d. Detallista. e. Previsor. f. Orientado al cambio.
Requisitos.	<p>1. Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Poseer un título de administrador de empresas hoteleras. b. Estudios relacionados con la administración de empresas. c. Manejar con fluidez el idioma inglés y un segundo idioma. <p>2. Experiencia laboral: Tener un mínimo de 3 años de experiencia.</p>

Fuente: Información secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

2. Administración.

a. Recepción.

Tabla 87: Perfil para el cargo de recepcionista.

Cargo: Recepcionista.	
Descripción del cargo.	El recepcionista se ocupa, principalmente, de recibir y registrar al cliente a su llegada (check in); relacionar al huésped con los diversos servicios del establecimiento y efectuar los procesos de salida del huésped (check out).
Funciones.	<ul style="list-style-type: none"> a. Registrar el ingreso del huésped (check in). b. Acomodar al huésped en la habitación c. Controlar el acceso a las habitaciones d. Apoyar al huésped e. Apoyar a la administración f. Efectuar los procedimientos de salida del huésped (check out) g. Entregar la recepción al turno correspondiente. h. Cuidar el área de recepción. i. Operar los equipos de recepción. j. Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento. k. Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento. l. Asegurar la satisfacción del cliente. m. Cuidar de la apariencia personal.
Competencia.	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Dominio del sistema tarifario; b. Procesos de ingreso (check in) y salida (check out) del huésped; c. Procedimientos de seguridad relacionados con el control de acceso a las habitaciones y demás áreas de circulación social; d. Servicios de hotelería, funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento; e. Procedimientos básicos de telefonía, incluyendo manejo de códigos para llamada de larga distancia nacional e internacional, tarifas a cobrar, horarios con descuento, posibilidades de uso celular no local, números de teléfono útiles en caso de emergencia y uso de la guía telefónica; f. Términos técnicos de hotelería relativos a la recepción;

	<ul style="list-style-type: none"> g. Medios de acceso a información de servicio de atractivos turísticos, lugares para comprar, sus condiciones de seguridad, costos, horarios y reservas; h. Requisitos de higiene personal; i. Reglas de etiqueta y protocolo; j. Relaciones humanas; k. Manejo de hojas de cálculo, procesador de palabras e internet; l. Contabilidad general; m. Usos horarios; n. Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros; o. Primeros auxilios básicos. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Debatir afablemente en discusiones; b. Lectura y escritura, con capacidad de comunicación oral simple, de forma sintética y caligrafía legible; c. Comunicación verbal clara y articulada, inclusive por teléfono, con manejo de gramática y vocabulario adecuados; d. Predisposición para integrarse al trabajo en equipo; e. Obtención de la cooperación de colegas y de otros sectores; f. Interpretación de lenguaje corporal; g. Comprensión de las necesidades del cliente; h. Tener la capacidad para dar prioridades al huésped; i. Capacidad de relacionarse con los clientes; j. Capacidad para realizar una evaluación completa de la situación antes de tomar una decisión. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Innovador. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones. b. Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales. c. Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.
Requisitos.	<p>1. Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Cursos para recepcionista. b. Hablar inglés principalmente. <p>2. Experiencia laboral: no es necesario.</p>

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

3. Producción.

a. Hospedaje

Tabla 88: Perfil para el encargado de ama de llaves.

Cargo: Ama de llaves.	
Descripción del cargo.	El ama de llaves se ocupa, principalmente, de planificar, controlar, organizar y supervisar el equipo, los servicios de limpieza, higienización, ordenamiento y ornamentación de las habitaciones, lavandería, sala de refrigeración, áreas externas e internas (excepto cocina) y manejar los materiales de consumo, limpieza, decoración, menaje y uniformes.
Funciones.	<ul style="list-style-type: none"> a. Planificar el trabajo de su departamento b. Organizar, capacitar y supervisar al equipo humano de trabajo c. Coordinar los servicios realizados por el equipo de trabajo d. Contratar y supervisar servicios de terceros. e. Administrar materiales a su cargo. f. Diseñar y mantener la decoración de los diferentes ambientes a su cargo. g. Operar los equipos relacionados con su actividad. h. Asegurar la satisfacción del huésped. i. Interactuar con los demás departamentos. j. Apoyar a la gestión del negocio.
Competencia.	1. Conocimientos <ul style="list-style-type: none"> a. Técnicas de elaboración de presupuestos, cronogramas, horarios de trabajo y eventos b. especiales; c. Desarrollo de procedimientos operacionales; d. Técnicas de liderazgo y jefatura; coordinación y supervisión de personal; métodos de validación de profesionales y equipos; e. Legislación laboral y comercial aplicable a contratos de prestación de servicios y a técnicas de negociación de contratos; f. Técnicas de manejo de inventarios, control, almacenamiento y establecimiento de punto de reposición de materiales; g. Técnicas para limpieza, higienización y ordenamiento aplicables a empresas de alojamiento y operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones; h. Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento;

	<ul style="list-style-type: none"> i. Técnicas de servicio al cliente; j. Técnicas básicas de decoración, manejo de volúmenes, manejo del color; k. Requisitos para trabajo en equipo. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Capacidad de argumentar con lógica verbalmente o por escrito; b. Tomar decisiones complejas, individualmente o conjuntamente con otras personas; c. Cálculos matemáticos y elaboración de planillas y gráficos para análisis y control; d. Lectura y escritura clara para elaboración de informes gerenciales; e. Planificación de corto plazo, de acuerdo con recomendaciones estratégicas. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones. b. Detallista. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio. c. Práctico. Con los pies en la tierra, con sentido común, le gusta reparar cosas. d. Controlador. Asume el control, se responsabiliza, dirige, organiza, supervisa a otros. e. Democrático. Anima a los demás a expresar sus opiniones, consulta, escucha y toma en cuenta a los demás. f. Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
Requisitos.	<p>1. Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Bachillerato o carrera técnica determinada. b. Licenciatura en administración de empresas turísticas o con conocimientos de administración. <p>2. Experiencia laboral: Mínimo 1 año de experiencia en el cargo.</p>

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

Tabla 89: Perfil para el cargo de camarera de pisos.

Cargo: Camarera de pisos.	
Descripción del cargo.	La camarera de pisos se ocupa, principalmente, de limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales; inspeccionar la habitación para la salida del huésped; reponer y controlar el material; atender pedidos y reclamos.
Funciones.	<ul style="list-style-type: none"> a. Limpiar, asear y ordenar las habitaciones b. Adecuar la habitación para recibir al huésped c. Inspeccionar el estado de una habitación d. Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación e. Ordenar la habitación ocupada f. Efectuar controles y registros g. Operar equipos de trabajo h. Brindar información del establecimiento al huésped i. Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento j. Velar por la seguridad y privacidad del huésped k. Asegurar la satisfacción del cliente l. Cuidar de la apariencia personal m. Mantener la comunicación con los demás departamentos
Competencia.	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicables a instalaciones y equipos de uso b. común en habitaciones y áreas sociales; c. Técnicas de montaje de cama y presentación de piezas de menaje y otros elementos; d. Requisitos de higiene personal y seguridad en el trabajo; e. Operación de equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones; f. Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped; g. Servicios de hotelería; funciones generales de cada departamento de un establecimiento de alojamiento; h. Rutinas de lavandería y mantenimiento preventivo; i. Procedimientos de manejo de minibares; j. Manejo de formularios. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas; b. Lectura y escritura clara para llenado de formularios y registros de novedades simples; c. Tomar decisiones rápidas bajo presión;

	<p>d. Comunicarse claramente de manera verbal;</p> <p>e. Manipular objetos con firmeza y coordinación motriz.</p> <p>3. Actitudes</p> <p>a. Práctico. Con los pies en la tierra, con sentido común, le gusta reparar las cosas.</p> <p>b. Detallista. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio.</p> <p>c. Tradicional. Preserva los métodos bien establecidos, prefiere la ortodoxia, disciplinado y convencional.</p> <p>d. Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.</p> <p>e. Discreto. Reservado, evita hablar de sí mismo y de los otros.</p> <p>f. Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.</p>
Requisitos.	<p>1. Académicos</p> <p>a. Título de bachiller.</p> <p>b. Carrera técnica determinada.</p> <p>2. Experiencia laboral: Mínimo un año de experiencia en el cargo.</p>

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

b. Alimentación.

Tabla 90: Perfil para el cargo de chef de cocina.

Cargo: Chef de cocina.	
Descripción del cargo.	El chef de cocina se ocupa principalmente, de crear, coordinar y realizar recetas y platos; de supervisar el equipo de trabajo de la cocina; de asegurar la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento.
Funciones.	<ul style="list-style-type: none"> a. Planificar y controlar la cocina b. Elaborar programación de la cocina c. Elaborar menú o carta d. Crear recetas y preparar platos e. Administrar existencia (stock) y consumo f. Coordinar el trabajo de la cocina para banquete y servicio especial g. Administrar al equipo h. Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos i. Representar a la organización.
Competencia.	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Prácticas administrativas de planificación; b. Elaboración de presupuesto; c. Análisis y control de costos y resultados; d. Administración de la producción; e. Principios básicos de gestión de procesos en la producción de alimentos y bebidas; f. Principios de administración de alimentos y bebidas; g. Técnicas de administración del recurso humano, herramientas de gestión; h. Manejo de indicadores de gestión y cumplimiento de metas; i. Procesos para selección, entrenamiento y evaluación de personal; j. Creación de planes de capacitación para los integrantes del grupo; k. Recetas básicas de la cocina nacional e internacional para los varios tipos de servicio; l. NTE INEN 2 458; m. Términos técnicos operacionales de alimentos y bebidas; n. Primeros auxilios básicos; o. seguridad industrial; p. Ingredientes, variedad, sazón de productos e insumos básicos de la cocina;

	<p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Leer e identificar hora, temperatura y peso; b. Cálculo estimativo de tiempo, peso, dimensión, cantidad y costo de los alimentos; c. Calcular operaciones aritméticas básicas, porcentajes y fracciones; d. Memoria de corto y largo plazo; e. Comunicación clara y articulada, en forma oral y escrita; f. Capaz de escuchar, orientar, supervisar, motivar y relacionarse con el equipo de trabajo; g. Capacidad para transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante el período de trabajo y con temperatura elevada; h. Iniciativa para prevenir y solucionar problemas; i. Juzgar sabor, aroma y apariencia de los alimentos a través de los sentidos; j. Reflejos rápidos, coordinación motriz fina. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Detallista. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio. b. Confiable. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos. c. Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido. d. Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales. e. Controlador. Asume el control, se responsabiliza, dirige, organiza, supervisa a otros.
Requisitos.	<p>1. Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Título de bachiller. b. Licenciatura o tecnología en gastronomía. <p>2. Experiencia laboral: Experiencia mínimo de 1 año.</p>

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

Tabla 91: Perfil para el cargo de cocinero polivalente.

Cargo: Cocinero polivalente.	
Descripción del cargo.	El cocinero polivalente se ocupa, principalmente, de ejecutar recetas; comprender los procesos de elaboración, preparación, montaje y presentación de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres.
Funciones.	<ul style="list-style-type: none"> a. Apoyar al jefe de cocina en la administración de existencias (stock) y control de consumo de la cocina. b. Apoyar al jefe de cocina en la elaboración de menú o carta. c. Realizar corte y preparación de comestibles variados. d. Realizar cocción. e. Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos. f. Cuidar de la higiene y seguridad alimentaria. g. Cuidar del área de trabajo. h. Operar equipos y maquinaria. i. Orientar ayudantes. j. Cuidar de su higiene y presentación personal. k. Mantener al equipo de trabajo motivado.
Competencia.	1. Conocimientos <ul style="list-style-type: none"> a. Procedimientos básicos de inventario y de rotación de existencia (stock); b. Técnicas de manipulación, conservación y almacenamiento de alimentos; c. NTE INEN 2-458; d. Procedimientos de emergencia; e. Procedimientos de apertura y cierre del área de trabajo; f. Técnicas de corte y moldeado; g. Aprovechamiento y posicionamiento de alimentos; h. Ingredientes e insumos básicos de la cocina, alternativas de sustitución, temporada y formas de temperar y marinar alimentos; i. Datos históricos y recetas básicas de ensaladas, platos calientes y fríos, guarniciones, fondos, salsas y postres calientes y fríos de la cocina nacional e internacional, para los varios tipos de servicios; j. Técnicas de descongelación, cocción y flambeo, con observación de punto, tiempo, textura, sabor, color y conservación de las propiedades de los alimentos; k. Técnicas de combinación de alimentos de acuerdo con color, textura, aroma, paladar y aspecto visual; l. Principales tipos de servicio y presentación de platos; m. Maquinaria, equipos y utensilios básicos de la cocina; n. Vocabulario técnico de la cocina internacional; o. Requisitos de higiene y presentación personal adecuados a la ocupación; p. Primeros auxilios básicos;

	<ul style="list-style-type: none"> q. Programas informáticos para manejo de inventarios; r. Técnicas de decoración de platos; s. Principios de repostería, panadería y pastelería; t. Principios de garnish; u. Elaboración de presupuestos. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Cálculo de las cuatro operaciones aritméticas; b. Lectura y escritura para anotación de pedidos y llenado de formularios; c. Lectura e identificación de hora, temperatura y peso; d. Cálculos de estimativa de tiempo, peso, dimensión, cantidad, rendimiento y costo de los alimentos; e. Identificación de sabor, aroma y apariencia de los alimentos a través de los sentidos; f. Memoria de corto y largo plazo; g. Reflejo rápido, coordinación motriz, mano firme y destreza manual para transportar y utilizar objeto, instrumento y equipo leve; h. Motricidad fina; i. Capacidad para resistir largas jornadas de trabajo y gran espíritu de adaptación; j. Capacidad para transportar peso moderado, permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo y en ambiente con temperatura elevada. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Detallista. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio. b. Confiable. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos. c. Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
Requisitos.	<p>1. Académicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Título de Bachiller. b. Certificado de cocinero polivalente. <p>2. Experiencia laboral. 6 meses.</p>

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

Tabla 92: Perfil para el cargo de mesero polivalente.

Cargo: Mesero polivalente.	
Descripción del cargo.	El mesero se ocupa, principalmente, de acomodar al cliente en la mesa; servir alimentos y bebidas; finalizar el plato con el tipo de servicio escogido; preparar y adicionar salsas; flambear; presentar la cuenta y recibir el pago.
Funciones.	<ul style="list-style-type: none"> a. Realizar la puesta a punto (mise en place) b. Recibir y acomodar al cliente en la mesa c. Servir al cliente a la mesa d. Atender la mesa ocupada e. Actuar como nexo entre el cliente y demás áreas del restaurante f. Cuidar de la seguridad de los alimentos g. Finalizar la atención y recibir el pago h. Asegurar la satisfacción del cliente i. Cuidar de la presentación personal j. Apoyar al equipo
Competencia.	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Normas de etiqueta y protocolo en la mesa y en el salón; b. Tipos de servicio a la mesa; c. Preparación y finalización de platos y salsas; d. Técnicas para servir bebidas, licores y vinos; e. Vocabulario técnico relativo al servicio de alimentos y bebidas; f. Funciones y responsabilidades de los diversos servicios de un restaurante; g. Procedimientos de emergencia; h. Primeros auxilios básicos; i. Requisitos de higiene personal adecuados a la ocupación; j. Utilización de equipos, computadora, calculadora, fax, entre otros; k. Montaje de mesas; l. NTE INEN 2-458. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Cálculo acertado de las cuatro operaciones aritméticas; b. Lectura y escritura legible para anotación de pedidos y llenado de formularios; c. Comunicación oral clara y articulada, con empleo de gramática y vocabulario adecuados; d. Integración para ejecutar trabajo en equipo; e. Interpretación de lenguaje corporal, en particular gestual; f. Memoria de corto plazo para recordar detalle de pedido específico; g. Capacidad para transportar pequeños pesos, permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo.

	3. Actitudes <ol style="list-style-type: none"> Detallista. Metódico, ordenado, preciso, le gusta tener cada cosa en su sitio. Confiable. Establece relaciones fácilmente, sabe cómo actuar y qué decir, hace que otros se sientan cómodos. Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido. Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.
Requisitos.	1. Académicos <ol style="list-style-type: none"> Título de bachiller. Conocimientos básicos en inglés. 2. Experiencia laboral: mínimo 1 año de experiencia.

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

c. Recreación.

Tabla 93: Perfil para el cargo de ayudante/ auxiliar de servicios generales.

Cargo: Ayudante/ auxiliar de servicios en general.	
Descripción del cargo.	Es el profesional responsable de custodiar las áreas recreativas, así como de la vigilancia del acceso al Centro Ecoturístico y de la operativa de distribución de los equipajes de los clientes. Se encarga de orientar el cliente en las actividades externas del Centro Ecoturístico.
Funciones.	<ol style="list-style-type: none"> Vigila los accesos del establecimiento controlando el tránsito de personas, bienes y actividades. Gestiona el porte y la distribución de los equipajes. En ocasiones, puede recibir a los huéspedes y acompañarlos a sus habitaciones. Custodia y entrega las llaves o tarjetas de acceso a las habitaciones. Controla la consigna y la caja de seguridad del hotel. Se puede encargar de la distribución de la correspondencia y del servicio de paquetería.

	<ul style="list-style-type: none"> g. Controla el movimiento de vehículos y la disponibilidad de plazas. h. Informa a los clientes sobre los servicios del establecimiento y realiza las reservas de algunos servicios externos i. Atiende algunos encargos de los clientes. j. Recibe las impresiones, sugerencias y reclamaciones de los clientes y las transmite a los responsables de cada departamento con el fin de mejorar la calidad en el servicio.
Competencia.	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Formación específica en el área de atención al cliente. b. Cuidar la presencia física y el aseo personal. c. Poseer dotes de comunicación y habilidades sociales. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Cumplimiento de instrucciones orales o escritas específicas, frecuentemente con una rutina simple. b. Realizar tareas repetitivas, frecuentemente de la misma manera. c. Capacidad para ayudar a los huéspedes a levantar y cargar sus pertenencias. <p>3. Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Práctico. b. Equilibrado. c. Atento. d. Activo. e. Amable.
Requisitos.	<p>1. Académicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Título de bachiller. b. Licenciatura en carreras determinadas. c. Conocimientos básicos del idioma inglés. <p>2. Experiencia laboral. Mínimo 1 año de experiencia.</p>

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

Tabla 94: Perfil para el cargo de chofer.

Cargo: Chofer.	
Descripción del cargo.	El conductor de transporte turístico terrestre se ocupa, principalmente, de trasladar a los turistas en vehículos tipo autobús, furgoneta y automóvil, en ambientes urbanos, carreteras rurales, para excursiones, paseo local, traslados y desplazamientos especiales.
Funciones.	<ul style="list-style-type: none"> a. Inspeccionar y adecuar el vehículo para recibir a los turistas b. Conducir el vehículo en recorrido turístico c. Cuidar y controlar documentos y registros d. Reparar fallas del vehículo e. Operar equipos f. Implementar buenas prácticas de turismo sostenible g. Apoyar al guía de turismo h. Mantener seguridad y privacidad del turista i. Asegurar el bienestar del turista j. Actuar en emergencias k. Cuidar de la apariencia personal y postura profesional
Competencia.	<p>1. Conocimientos</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Reglas de urbanidad y cuidados de higiene personal; b. Leyes y reglamentos aplicables a la conducción de vehículos; c. Reglamentos y procedimientos para minimizar el impacto ambiental del vehículo; d. Mecánica automotriz para reparar daños básicos; e. Primeros auxilios básicos; f. Geografía turística nacional; g. Rutas de los principales atractivos turísticos y ubicación de los hoteles, restaurantes, mercados y tiendas de artesanías; h. Seguridad vial; i. Acomodación de equipaje en el vehículo; j. Señalización turística y de tránsito; k. Atención al cliente. <p>2. Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Comunicación oral y escrita; b. Cálculos de distancia y de tiempo para recorridos; c. Interpretación de mapas de carreteras, señalización de rutas turísticas; d. Planificación de corto plazo de acuerdo con ruta y condiciones del trayecto; e. Preparación física para viajes largos y capacidad para transportar peso; f. Visión aguda para identificar colores, objetos e informaciones a distancia;

	<p>g. Agudeza auditiva para identificar ruidos y, olfativa, para identificar olores;</p> <p>h. Firmeza en la manipulación de objetos y coordinación motriz.</p> <p>3. Actitudes</p> <p>a. Perseverante. Se ajusta a plazos acordados, completa las tareas, constante para cumplir con la rutina, le gustan los programas definidos.</p> <p>b. Atento. Cordial con el cliente, considerado hacia los otros, ayuda a aquellos que lo necesitan, tolerante, comprometido.</p> <p>c. Equilibrado emocionalmente. No transparenta emociones, reservado en sus sentimientos, controla explosiones temperamentales.</p>
Requisitos.	<p>1. Académicos.</p> <p>a. Bachiller</p> <p>b. Licencia Tipo C</p> <p>2. Experiencia laboral: 1 año de experiencia.</p>

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

4. Reglamento de visitantes y empleados.

La elaboración del reglamento interno para el Centro Ecoturístico tiene la finalidad de determinar las normas a las que estarán sujetos tanto visitantes como empleados, al momento de ingresar a la hostería de tal manera que no existe ningún inconveniente o desacuerdos.

a. Reglamento para visitantes.

- 1) Al momento del check in se deberá abonar el valor total de la estadía ya sea en efectivo, cheques, depósitos o transferencias bancarias.
- 2) Las reservaciones se las puede realizar personalmente o por vía telefónica cancelando el 50% del precio de la cabaña.
- 3) No se permite el acceso de personas no registradas a las habitaciones de los huéspedes.
- 4) Es obligación del huésped entregar las llaves en recepción al momento en que dejan el Centro Ecoturístico.
- 5) Cualquier daño causado por los huéspedes a los objetos, bienes muebles o al inmueble de propiedad del Centro Ecoturístico, será su responsabilidad, debiendo abonar la reparación de los mismos.
- 6) El Centro Ecoturístico no se hace responsable por artículos de valor que no hayan sido dejados para su custodia.

- 7) Si el huésped desea permanecer hospedado un tiempo adicional a lo establecido, deberá informar 24 horas antes de cumplirse su check out, y está sujeto a disponibilidad de reservas.

El no cumplimiento del check out tiene un recargo adicional a su cuenta equivalente a una noche de hospedaje, y se tendrá que desocupar la habitación.

- 8) El horario de desayunos está programado desde las 7:30am hasta las 10:00am, luego de este horario no se servirán desayunos.
- 9) El Centro Ecoturístico proporciona el alojamiento gratuito a un menor de 5 años en la habitación de sus padres, para un niño adicional menor de 5 años adicional se cobrará la tarifa correspondiente al 50%. Niños mayores a 5 años pagan la misma tarifa de adulto.
- 10) El visitante debe transitar por los caminos establecidos, con la finalidad de mantener las áreas verdes en correcto estado.
- 11) Está prohibido arrancar, pisar o dañar a las especies de flora que encuentren a lo largo de los senderos.
- 12) Es prohibido molestar a las especies de fauna que se encuentran dentro del Centro Ecoturístico.
- 13) En caso de no ser atendido adecuadamente por parte del personal que labora en el Centro Ecoturístico comunicarse inmediatamente con recepción.
- 14) Para sugerencias, el visitante debe dirigirse a la recepción donde se encontrará un buzón de sugerencias.

b. Reglamento para empleados.

- a) Los empleados deben comunicar al gerente cualquier tipo de inconveniente que se presente en las áreas de trabajo.
- b) Los empleados deberán guardar un comportamiento acorde con las normas de cortesía y buen trato hacia sus superiores, compañeros de trabajo y huéspedes.
- c) No es responsabilidad del Centro Ecoturístico la pérdida de objetos personales de los empleados, ya que es obligación de cada trabajador cuidar sus pertenencias.
- d) El personal está obligado a cumplir su contrato de trabajo, así como cualquier instrucción que determine el Centro Ecoturístico.
- e) El personal debe caracterizarse por la puntualidad y la calidad al momento de prestar los servicios ofertados dentro de la hostería.
- f) Es obligación del trabajador permanecer en su área de trabajo.
- g) Es indispensable que el personal cuide del equipo e insumos que se les otorga para cada área, de igual manera de las instalaciones del Centro Ecoturístico.
- h) Los empleados no deben consumir bebidas alcohólicas o sustancias estupefacientes en horarios de trabajo.

1) Jornada laboral

- a) Los empleados obligatoriamente deben llevar un registro de asistencia.
- b) El empleado trabajará 12 horas diarias.
- c) La jornada laboral será en dos turnos:
- d) Diurno: 08:00 a 20:00
- e) Nocturno: 20:00 a 08:00
- f) Todos los empleados contarán con un receso de 1 hora para descansar y comer; dependerá de cada área el ponerse de acuerdo al momento de tomar su tiempo libre con la finalidad de que siempre exista un empleado en las mismas.
- g) Vacaciones y días festivos estarán sujetos a disposiciones oficiales y a cambios con previo aviso.

c. Salarios.

- a) El pago de honorarios y nomina se hará de acuerdo a lo establecido en el contrato con cada trabajador.
- b) El salario se cancelará el día 30 de cada mes.
- c) El pago se realizará con cheque a cada empleado de manera personal.

- d) En caso de renuncia se le liquidara de acuerdo a lo establecido por la ley.

d. Prohibiciones y sanciones.

- a) No se permite el consumo de bebidas alcohólicas dentro de las instalaciones del Centro Ecoturístico.
- b) No se permiten ofensas, daños o faltas de respeto a otros colaboradores y a instalaciones.
- c) No hacer uso personal de las áreas designadas para huéspedes.
- d) Los empleados serán sancionados cuando incumplan con las funciones establecidas para cada área de trabajo.
- e) Dependiendo de la falta el empleado podría ser sancionado así:
 - i. Amonestación verbal o por escrito.
 - ii. Suspensión laboral sin goce de salario.
 - iii. Despido sin responsabilidad patronal.
- f) Si el empleado llega tarde debe reponer el tiempo que sea necesario para cumplir con su horario.

e. Higiene y cuidado personal

- a) Es obligación del trabajador portar el uniforme completo y correctamente así mismo portar siempre a la vista el gafete con su nombre.
- b) Los empleados deben mantener su aspecto e higiene personal correctamente.
- c) Queda estrictamente prohibido en el personal masculino el uso de aretes, tatuajes en áreas visibles, cabello largo o peinados extravagantes; en caso del personal femenino debe tener una presentación decorosa.
- d) Es obligación del personal mantener limpia su área de trabajo.

f. Derechos del trabajador

- a) Los empleados recibirán oportunamente los instrumentos necesarios, para desempeñarse correctamente en su área de trabajo.
- b) Todo empleado será asegurado una vez que firme el contrato.
- c) Los empleados no serán explotados, cada uno desempeñará las funciones que se le otorgaron y constan dentro del contrato.
- d) Todo empleado tiene derecho a refutar sobre las sanciones que sean emitidas en su contra.

- e) Es obligación del Centro Ecoturístico otorgar los días de descanso y vacaciones para cada empleado.
- f) El empleado debe ser tratado cordialmente y con respeto.
- g) El empleado debe estar en constante capacitación.
- h) El Centro Ecoturístico debe asignar un bono como estímulo al empleado que mejor se desempeñe en sus funciones.

E. DETERMINACIÓN DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA – FINANCIERA.

1. Análisis económico

a. Inversiones del proyecto

Tabla 95. Inversiones del proyecto.

Rubros	Inversión por realizar	Total inversión
Activos fijos		502468.36
Terreno	50000.00	
Edificaciones y construcciones	387880.00	
Vehículo de trabajo	25000.00	
Maquinaria y equipo	8318.42	
Muebles y enseres	16231.00	
Equipo de computo	1109.99	
Equipo de oficina	1151.99	
Menaje	12776.96	
Activos diferidos		10411.12
Promoción y publicidad	5787.50	
Capacitación	720.00	
Gastos de constitución	2583.62	
Gastos de adecuación	1320.00	
Capital de trabajo		14370.72
Insumos y materiales	491.65	
Materia prima	2377.30	
Mano de obra directa	6115.98	
Mano de obra indirecta	1275.02	
Sueldos y salarios	3443.57	
Servicios básicos	167.20	
Contingencias	500.00	
Total		527250.20

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

b. Fuentes y usos del proyecto

Tabla 96: Fuentes y usos del proyecto

Rubros	Uso de fondos	Fuentes de financiamiento	
		Recursos propios	Banco
Activos fijos			
Terreno	50000.00	50000.00	
Edificaciones y construcciones	387880.00	87880.00	300000.00
Vehículo de trabajo	25000.00	25000.00	
Maquinaria y equipo	8318.42	8318.42	
Muebles y enseres	16231.00	16231.00	
Equipo de computo	1109.99	1109.99	
Equipo de oficina	1151.99	1151.99	
Menaje	12776.96	12776.96	
Activos diferidos			
Promoción y publicidad	5787.50	5787.50	
Capacitación	720.00	720.00	
Gastos de constitución	2583.62	2583.62	
Gastos de adecuación	1320.00	1320.00	
Capital de trabajo			
Insumos y materiales	491.65	491.65	
Materia prima	2377.30	2377.30	
Mano de obra directa	6115.98	6115.98	
Mano de obra indirecta	1275.02	1275.02	
Sueldos y salarios	3443.57	3443.57	
Servicios básicos	167.20	167.20	
Contingencias	500.00	500.00	
TOTAL	527250.20	227250.20	300000.00

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

Tabla 97: Financiamiento del proyecto.

Financiamiento del proyecto	\$	%
Préstamo	300000.00	57
Aporte socios	227250.20	43
Total financiamiento	527250.20	100

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

El préstamo se lo va a realizar con el programa del Ministerio de Turismo de “Negocios Turísticos Productivos” con el Banco Nacional de Fomento; el cual, facilita un crédito desde \$7001 hasta \$ 300.000 con un plazo de pago máximo en 10 años y una tasa de interés del 10%.

c. Cálculo del pago de la deuda.

El cálculo de la deuda se realizó con los siguientes datos:

- Préstamo: 300.000,00
- Plazo: 5 años
- Capitalizable anualmente
- Interés: 10%

Tabla 98: Cálculo del pago de la deuda.

Periodo	Capital prest.	Intereses	Capital pagado	Cuota pago	Saldo
1	300.000,00	30.000,00	60.000,00	90.000,00	240.000,00
2	240.000,00	24.000,00	60.000,00	84.000,00	180.000,00
3	180.000,00	18.000,00	60.000,00	78.000,00	120.000,00
4	120.000,00	12.000,00	60.000,00	72.000,00	60.000,00
5	60.000,00	6.000,00	60.000,00	66.000,00	0,00
Total		90.000,00	300.000,00	390.000,00	

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

d. Depreciación de activos fijos.

Tabla 99: Depreciación de activos fijos.

Detalle	Valor del bien	% Depreciación	Duración del proyecto	Años por ley	Depre. anual	Valor salvamento	Valor depreciado
Edificaciones y construcciones	387880.00	5%	5	20	19394.00	290910.00	96970.00
Vehículo de trabajo	25000.00	20%	5	5	5000.00	5000.00	20000.00
Maquinaria y equipo	8318.42	10%	5	10	831.84	4159.21	4159.21
Muebles y enseres	16231.00	10%	5	10	1623.10	8115.50	8115.50
Equipo de computo	1109.99	33%	5	3	370.00	1110.00	-0.01
Equipo de oficina	1151.99	10%	5	10	115.20	576.00	576.00
Menaje	12776.96	10%	5	10	1277.70	6388.48	6388.48
Total	452468.36				28611.83	316259.19	136209.18

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

En la tabla 99, depreciación de activos fijos se observó que del total del valor del bien 452468.36, la depreciación anual sería de 28611.83, valor del salvamento 316259.19 y valor depreciado sería de 136209.18.

e. Amortización de activos diferidos

Tabla 100: Amortización de activos diferidos

Diferidos	Valor	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Promoción y publicidad	5.787,50	1.157,50	1.157,50	1.157,50	1.157,50	1.157,50
Capacitación	720,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00
Gastos de constitución	2.583,62	516,72	516,72	516,72	516,72	516,72
Gastos de adecuación	1.320,00	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00
Total	10.411,12	2.082,22	2.082,22	2.082,22	2.082,22	2.082,22

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

En la tabla 100, amortización de activos diferidos se obtuvo un valor de 2082.22, para cada año amortizado.

f. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.

Tabla 101: Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto.

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN	61559.74	65868.92	75413.33	92384.57	121097.33	169845.26
Mano de Obra directa	36695.88	39264.59	44954.03	55070.62	72186.35	101245.09
Mano de obra indirecta	7650.16	8185.67	9371.77	11480.83	15049.02	21107.03
Materia Prima	14263.80	15262.27	17473.77	21406.12	28059.05	39354.27
Materiales e insumos	2949.90	3156.39	3613.75	4427.00	5802.90	8138.87
GASTOS DE VENTAS	5787.50	6192.63	7089.94	8685.48	9901.44	15967.90
Promoción y Publicidad	5787.50	6192.63	7089.94	8685.48	11384.89	15967.90
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	50276.45	77795.80	79590.81	87451.39	104901.39	138714.31
Sueldos y Salarios	20661.42	22107.72	25311.13	31007.22	40644.14	57005.51
Servicios Básicos	1003.20	1073.42	1228.96	1505.53	1973.45	2767.86
Depreciaciones	28611.83	30614.66	35050.72	42938.64	56283.80	78940.94
COSTOS FINANCIEROS		24000.00	18000.00	12000.00	6000.00	0.00
Intereses bancarios		24000.00	18000.00	12000.00	6000.00	0.00

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

g. Determinación del precio de la habitación.

Precio de la habitación

Tabla 102. Precio de la habitación.

Costos fijos	28.75
Sueldos y salarios	9.16
Alimentación al personal	4.13
Servicios básicos	0.44
Gastos uniformes	1.67
Equipo de computación	0.49
Muebles y enseres	7.19
Menaje	5.66
Costos variables	1.31
Área productiva	
insumos y materiales	0.96
Área comercial	
insumos y materiales	0.19
Área administrativa	
insumos y materiales	0.16
Subtotal costos fijos y variables	30.06
% gastos de depreciación	10.68
Precio neto de producción	40.74
Utilidad 10%	4.07
Precio Subtotal	44.81
% Gross (comisión 10%)	4.48
IVA 12%	5.38
Precio Total	54.67

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

El precio de 55,00 dólares para turistas extranjeros y de 50,00 para turistas nacionales.

Dentro de la utilidad se incluye un 5% que corresponde a gastos por las actividades dentro del Centro Ecoturístico.

h. Estructura de ingresos.

Para la estructura de los ingresos se procedió a realizar el siguiente cálculo: el total de la demanda objetiva por el precio oficial del servicio.

Tabla 103: Estructura de ingresos de los turistas nacionales.

Turista nacional	Precio	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hospedaje	50.00	23629.20	25283.24	27053.07	28946.79	30973.06	124673.95
Alimentación	7.00	1488.64	1592.84	1704.34	1823.65	1951.30	2087.89
Total	57.00	25117.84	26876.09	28757.41	30770.43	32924.36	126761.84

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

Tabla 104: Estructura de ingresos de los turistas extranjeros.

Turista extranjero	Precio	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hospedaje	55.00	97779.88	104624.47	111948.18	119784.56	128169.48	137141.34
Alimentación	8.00	5689.01	6087.24	6513.35	6969.28	7457.13	7979.13
Total	63.00	103468.89	110711.71	118461.53	126753.84	135626.61	145120.47

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

Tabla 105: Estructura de ingresos totales.

Ingresos por año	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por venta demanda nacional.	25117.84	26876.09	28757.41	30770.43	32924.36	126761.84
Ingresos por venta demanda extranjera.	103468.89	110711.71	118461.53	126753.84	135626.61	145120.47
Total	128586.73	137587.80	147218.95	157524.27	168550.97	271882.31

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

i. Estado de resultados.

Tabla 106: Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	137587.80	147218.95	157524.27	168550.97	271882.31
Costo de Producción	65868.92	70479.75	74800.22	79423.13	84369.64
Utilidad bruta	71718.88	76739.20	82724.05	89127.84	187512.67
Gastos de Administración	77795.80	75561.51	73590.81	71902.17	70515.32
Gastos de Ventas	6192.63	6626.11	7089.94	8082.53	8117.27
Utilidad antes de impuestos y participación trabajadores	-12269.55	-5448.41	2043.30	9143.15	108880.08
Costo financiero		18000.00	12000.00	6000.00	0.00
Utilidad antes de participación a trabajadores	-12269.55	-23448.41	-9956.70	3143.15	108880.08
15% Participación Trabajadores	-1840.43	-3517.26	-1493.50	471.47	16332.01
Utilidad antes de reserva	-10429.11	-19931.15	-8463.19	2671.67	92548.07
Impuestos 25%	-2607.28	-4982.79	-2115.80	667.92	23137.02
UTILIDAD NETA	-7821.84	-14948.36	-6347.39	2003.76	69411.05

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

En la tabla 106 del Estado de Resultados o de pérdidas y ganancias se observa que la utilidad neta para el año 1 sería -7821.84, lo que representaría pérdidas en el proyecto a diferencia del año 5 donde se obtendrán ganancias obteniendo una utilidad neta de 69411.05.

j. Balance general.

Tabla 107: Balance general.

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo corriente (capital de trabajo)	14370.72	15376.67	16453.04	17604.75	18837.08	20155.68
Activo fijo	502468.36	537641.15	575276.03	615545.35	658633.52	704737.87
Depreciación acumulada	28611.83	30614.66	32757.68	35050.72	37504.27	40129.57
Activos diferidos(valor anual amortizado)	10411.12	11139.90	11919.69	12754.07	13646.85	14602.13
Total activos	555862.03	594772.37	636406.44	680954.89	728621.73	779625.25
Pasivo corriente (intereses)		24000.00	18000.00	12000.00	6000.00	0.00
Pasivo largo plazo (préstamo)	300000.00	240000.00	180000.00	120000.00	60000.00	0.00
Patrimonio	527250.20	544065.22	707067.15	1047551.09	1769272.05	3406582.20
Total pasivo + patrimonio	827250.20	808065.22	905067.15	1179551.09	1835272.05	3406582.20

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

En la tabla 107 del balance general se definieron el total de activos y el total pasivo + patrimonio, dando como resultado 808065.22 para el año 1 y 3406582.20 para el año 5.

k. Flujo de caja.

Tabla 108: Flujo de caja.

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	137587.80	147218.95	157524.27	168550.97	271882.31
Valor de salvamento	316259.19	362085.14	387431.10	414551.28	443569.87
Costos producción	65868.92	70479.75	74800.22	79423.13	84369.64
Gastos de administración	50276.45	77795.80	75561.51	73590.81	71902.17
Gastos de ventas	6192.63	6626.11	7089.94	8082.53	8117.27
Gastos financieros	0.00	18000.00	12000.00	6000.00	0.00
Utilidad antes de repartición de utilidades e impuestos	331508.99	336402.43	375503.71	416005.78	551063.10
Impuesto	0.00	18000.00	12000.00	6000.00	0.00
Utilidad antes impuesto	331508.99	318402.43	363503.71	410005.78	551063.10
Reparto utilidades	2287.47	-3852.41	-1789.11	218.18	16123.98
Utilidad neta	329221.52	322254.84	365292.82	409787.60	534939.11
Depreciaciones	30614.66	32757.68	35050.72	37504.27	40129.57
Amortizaciones	2082.22	2082.22	2082.22	2082.22	2082.22
Capital de Trabajo					14370.72
FLUJO DE CAJA	361918.40	357094.74	402425.76	449374.10	591521.63

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

En la tabla 108, se obtiene la liquidez de la empresa en base a los ingresos y egresos del proyecto se logró determinar el flujo de caja para el año uno sería de 361918.40 y para el año cinco 591521.63.

1. Punto de equilibrio.

Tabla 109: Punto de equilibrio.

Ingresos totales	137587.80	147218.95	157524.27	168550.97	271882.31
Costos fijos totales	86469.08	108421.91	100651.44	93673.34	86019.44
Gastos Administrativos	50276.45	77795.80	75561.51	73590.81	71902.17
Gastos de Ventas	6192.63	6626.11	7089.94	8082.53	8117.27
Intereses financieros	30000.00	24000.00	18000.00	12000.00	6000.00
Costos Variables	66942.35	71628.31	76029.18	80738.12	85776.68
Materia Prima	15262.27	16330.62	17473.77	18696.93	20005.72
Mano de Obra Indirecta	8185.67	8758.67	8758.67	8758.67	8758.67
Mano de Obra Directa	39264.59	42013.11	44954.03	48100.81	51467.87
Servicios Básicos	1073.42	1148.56	1228.96	1314.99	1407.04
Materiales e insumos	3156.39	3377.34	3613.75	3866.72	4137.39
TOTAL COSTOS	153411.42	180050.22	176680.63	174411.46	171796.12
PUNTO DE EQUILIBRIO VENTAS	168405.59	211160.53	194552.16	179799.79	125666.07

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

En la tabla 109, se determinaron los ingresos totales, costos fijos totales, costos variables y total costo, lo que nos permite determinar el punto de equilibrio de las ventas obteniendo para el año uno 168405.59 y para el año cinco las ventas serán 125666.07.

2. Evaluación financiera.

a. Valor actual neto.

Tabla 110. Valor actual neto.

Número	Flujo Neto Efectivo	$(1+i)^n$	$FNE/(1+i)^n$
0	-527250.2		-527250.2
1	361918.40	1.06	342660.86
2	357094.74	1.12	320104.02
3	402425.76	1.18	341544.49
4	449374.10	1.24	361096.59
5	591521.63	1.31	450028.28

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

VAN 1288184.04

Total inversión 527250.2

B/C 2.44

En la tabla 110, se obtuvo el valor actual neto que corresponde a la suma de flujo efectivo neto más la tasa básica de interés del 5.62% del Banco Central del Ecuador, lo que dio como resultado un VAN igual a 1288184.04, a partir de este valor se determinó la relación beneficio costo; dividiendo el VAN para el total de la inversión que dio por resultado 2.44.

b. Tasa interna de retorno.

Tabla 111. Tasa interna de retorno.

Número	Flujo Neto Efectivo
0	-527250.20
1	-361918.40
2	357094.74
3	402425.76
4	449374.10
5	591521.63

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

TIR= 25%

En la tabla 111, se determinó la tasa interna de retorno en base al Flujo Neto Efectivo, dando como resultado 25%.

c. Periodo de recuperación.

Tabla 112. Periodo de recuperación.

Número	0	1	2	3	4	5
Flujo neto actualizado	-527250.20	361918.40	357094.74	402425.76	449374.10	591521.63
Saldo de recuperación	-527250.20	-527250.20	-170155.46	232270.30	681644.40	1273166.03

Fuente: Investigación secundaria.

Elaborado por: Ximena Vélez.

El periodo de recuperación del capital será a partir del último saldo negativo proveniente de los flujos efectivos actualizados.

El periodo de recuperación será a partir del tercer año.

VIII. CONCLUSIONES

1. Según el estudio de mercado el proyecto para la creación del Centro Ecoturístico Sacha Kawsay, tiene una alta aceptación puesto que existe un 98% de los turistas nacionales y 99% de los extranjeros quienes manifestaron que les gustaría conocer y visitar el centro ecoturístico.
2. En cuanto a las actividades planteadas en el estudio de factibilidad ambiental, se identifica que la interpretación ambiental es una acción beneficiosa dentro del proyecto, debido que se utilizará como herramienta principal para la concientización del manejo sustentable de los recursos naturales y culturales.
3. Administrativamente el proyecto es viable al establecerse como Centro Ecoturístico Sacha Kawsay, debido a que está alineado a las leyes y lineamientos basados en la constitución del Ecuador, específicamente para la formación de la empresa como tal; y posteriormente para el desarrollo de la actividad turística en sí, se tomará en cuentas los reglamentos establecidos principalmente en la Ley de Turismo, con la finalidad de que el proyecto quede amparado de manera legal y no exista ningún tipo de complicación al momento de ejecutar la actividad.
4. Para la evaluación financiera económica del proyecto se utilizó los índices del Valor Actual Neto (VAN) que es de \$ 1288184.04 dólares, lo que indica que el proyecto es rentable, pues este valor se presenta de carácter positivo lo que demuestra que la inversión al periodo 5; la Tasa interna de Retorno (TIR) es 25%, lo que muestra que el proyecto es rentable de igual manera, ya que demuestra que logra que el van sea positivo. Mientras que la Relación Costo/Beneficio es de \$2.44 dólares, es decir que por cada \$ 1,00 dólar de inversión se obtendrá \$1.44 de ganancia. Por otro lado el periodo de recuperación del capital invertido será de 3 años. Por lo tanto de acuerdo a los resultados obtenidos mediante los cuatro indicadores el proyecto es factible y genera ganancia.

IX. RECOMENDACIONES.

1. Se requiere una campaña agresiva los primeros tres años, puesto que el producto es nuevo y realizar alianzas estrategias.
2. Para la futura contratación del personal tener en cuenta el manual de funciones y guiarse en las competencias laborales estandarizadas.
3. Organizar planes o programas de educación ambiental, atención al cliente, ecoturismo, relaciones humanas dirigidas a los empleados del Centro Ecoturístico y a personas de la comunidad a través de esto, lograr la excelencia en atención al cliente y la conservación de los recursos naturales y culturales del lugar.
4. Tener en regla toda la documentación legal y todos los trámites pertinentes actualizados para no tener ningún inconveniente con la implementación y ejecución del proyecto.
5. Se recomienda trabajar en alianza con instituciones financieras que trabajen en convenios con el sector turístico.
6. Monitoreo y evaluación periódica del proyecto y apuntar a la mejora continua mediante la generación de indicadores para lograr una gestión integrada de recursos.

X. RESUMEN

La presente investigación propone: realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un Centro Ecoturístico en el cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana; se utilizó técnicas de investigación bibliográfica y de campo, determinando la demanda objetivo donde se utilizó el 20% de la demanda insatisfecha; porcentaje que se estableció de acuerdo a una estimación razonable de los posibles visitantes. Posteriormente se analizó la oferta actual y se identificaron atractivos turísticos de la zona que pueden ser frecuentados por visitantes, disfrutando de la flora y fauna del lugar. En la provincia de estableció como potenciales clientes a turistas nacionales provenientes de las ciudades de Quito, Riobamba y a turistas extranjeros provenientes de los Estados Unidos quienes con mayor periodicidad acuden a este lugar teniendo gran aceptación en los sectores analizados para la creación del proyecto. En el estudio técnico se formuló la planificación filosófica y estratégica de la empresa, se realizó el estudio de mercadotecnia y el estudio de impacto ambiental aplicando la matriz Lázaro Lagos. Se estructuró la parte organizativa de la empresa con su manual de funciones y reglamento. La parte legal sustentó el proyecto en las leyes ecuatorianas relacionadas con el sector turístico. En el estudio económico se determinó una inversión total de \$ 527250.20. Se calcularon costos e ingresos, balance general, flujo de caja y el punto de equilibrio. Para la evaluación financiera se calculó el VAN: \$ 1288184.04. La relación B/C: \$ 2,44 y el TIR: 25% con un periodo de recuperación a partir del tercer año. Se concluye que el proyecto es factible generando beneficios sociales, económicos y ambientales.

Palabras claves: Centro Ecoturístico Sacha Kawsay, estudio de factibilidad, inventario turístico. Atractivos naturales y culturales.



X. SUMMARY

Abstract

This research proposes: a study of feasibility for the implementation of an Eco touristic center in the city Joya de los Sachas of Orellana province ; bibliographic techniques and field investigation was done ,determining the objective demand where the 20 % of the unsatisfied demand was used, percentage that was established according to a reasonable estimation of possible visitors. Then the current supply was analyzed and tourist attractions in the area were identified and these may be frequented by visitors, enjoying the flora and fauna in the place. The province established as potential customers to national tourists from the cities of Quito, Riobamba and foreigners from United States who most continuously come to this place having great acceptance in the analyzed sectors for the creation of the project. In the technical study the philosophical planning and business strategy were formulated, marketing study and environmental impact study were held applying the matrix Lazaro Lagos, The organizational part was structured with its manual functions and regulations. The legal side sustained the project in the Ecuadorian laws related to the tourism sector. In the economic study, a total investment of \$ 527,250.20 was determined. Costs and revenues, balance sheet, cash flow and the balance point were calculated. For the financial evaluation the NPV \$ 1288184.04 was calculated. The relation B/C: \$2.44 and IRR: 25% with a recovering period from the third year. It is concluded that the project is feasible, generating social, economic and environmental benefits.

KEYWORDS: Eco touristic center Sacha Kawsay, study of feasibility, tourist inventory, natural and cultural attractions.



XI. BIBLIOGRAFÍA.

1. Aragua, (2013). *Determinación de la factibilidad*. Consultado el 15 de febrero del 2015. Recuperado de: <http://proyectos.aragua.gob.ve/descargas/ESTUDIOFACTIBILIDADECON%C3%93MICA.pdf>.
2. Actiweb (2013). *Estudio ambiental*. Consultado el 15 de febrero del 2015. Recuperado de: <http://www.actiweb.es/estudiosymas/biblioteca.html>.
3. Contreras, C. (2011). *Estudio de mercado*. Consultado el 18 de febrero del 2015. Recuperado de: <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/como-hacer-un-estudio-de-mercado>.
4. Cáceres, A. (2009). *Estudio económico y financiero*. Consultado el 18 de febrero del 2015. Recuperado de: <http://planificacion-de-proyectos.blogspot.com/2010/02/estudio-economico-y-financiero-de-un.html>.
5. Eli, M. (2005). *Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en las áreas protegidas de Centro América*. San José Costa Rica: Mundi – Prensa.
6. Gómez, A (2013). *Estudio económico-financiero*. Consultado el 18 de febrero del 2015. Recuperado de: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>.
7. Gobierno de Aragón. (2005). *Introducción al concepto de turismo sostenible*. Consultado el 22 de marzo del 2015. Aragón- España. Recuperado de <http://www.aragon.es/>.
8. Icaf, L (2010). *Tipos de marcas*. Consultado el 20 de marzo del 2015. Recuperado de: www.slideshare.net/lilianicafv/tipos-de-marcas.
9. Muñoz, E. (2006). *Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos productivos relacionados con el ecoturismo*. Riobamba, Ecuador.

10. Martínez, L (2008). *Áreas de la contabilidad*. Consultado el 20 de marzo del 2015 Recuperado de: www.monografias.com/trabajos33/areas-contabilidad/areas-contabilidad.shtml.
11. Ministerio de Turismo (2008). *Reglamento general de actividades turísticas*. Ecuador.
12. Nuñez. (2011). *Estudio de mercado*. Consultado el 22 de marzo del 2015. Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>.
13. Equipo Consultor Tourism & Leisure – Europraxis (2007). *Producto interno bruto*. Ecuador.
14. Portales, D (2011). *Etapas del estudio técnico*. Consultado el 20 de marzo del 2015. Recuperado de: <http://e-tecnico.webnode.es/servicios/>.
15. Rodríguez, M. (2009). *Turismo y calidad de vida*. Consultado el 20 de marzo del 2015. Recuperado de <http://www.mailxmail.com/curso-turismo-calidad-vida/definicion-turismo>.
16. Rosales, P (2005). *Estudio técnico*. Consultado el 20 de marzo del 2015. Recuperado de: [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE%20ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf).
17. Salcedo, F (2008). *La marca*. Consultado el 22 de marzo del 2015. Recuperado de: www.monografias.com/trabajos58/marca/marca.shtml.
18. Thompson, I (2012). *Definición de marca*. Consultado el 22 de marzo del 2015. Recuperado de: www.promonegocios.net/mercadotecnia/marca-definicion.html.
19. Tierra, P. (2010). *Texto básico de paquetes turísticos*. Riobamba – Ecuador: ESPOCH
20. Vaquiro, J. (2010). *Gerencia de proyectos para PYMES*. Ecuador.

XII. ANEXOS

ANEXO 1: Modelo de la encuesta realizada a turistas nacionales.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



La presente encuesta tiene por objetivo determinar el grado de aceptación, para la implementación de un Centro Ecoturístico en el cantón Joya de los Sachas, Provincia de Orellana. Por favor conteste con sinceridad, Gracias.

1. Edad:

Menos de 18 () De 18 a 29 () De 30 a 49 () De 50 a 59 () De 60 a más ()

2. Género: Masculino () Femenino ()

3. Lugar de Procedencia: (Cantón, Provincia, País).....

4. Nivel de instrucción:

Primaria () Secundaria () Pregrado () Posgrado () Doctorado ()

5. Ocupación:

Profesional () Estudiante () Otros () ¿Cuáles?.....

6. ¿Cuántos días estaría dispuesto a visitar la Provincia de Orellana?

1 día ()

De 2 a 3 días ()

Más de 3 días ()

7. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?

Vacaciones ()

Visita a familiares y/amigos ()

Negocios/trabajo ()

Congreso/convención

() Cultura/comunidades ()

Otros () ¿Cuáles?.....

8. ¿Conoce el cantón Joya de los Sachas?

Si ()

no ()

9. ¿Le gustaría que en el cantón Joya de los Sachas se implemente un Centro Ecoturístico que incluya hospedaje?

Si ()

no ()

En caso de que su respuesta sea si, responda las siguientes preguntas.

10. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el Centro Ecoturístico?

Alimentación ()

Área de recreación ()

Interpretación ambiental ()

Guianza ()

11. ¿Qué actividades le gustaría que incluya el Centro Ecoturístico?

Huerto ecológico () Caminatas () Observación de flora y fauna ()

Pesca deportiva () Baño en cascadas () Ciclismo ()

12. ¿Qué comida le gustaría que ofrezca el Centro Ecoturístico?

Típica () Nacional () Internacional () Vegetariana () Todas las anteriores ()

13. ¿Con cuántas personas estaría dispuesto a visitar el Centro Ecoturístico?

Solo () 2 a 3 personas () 3 a 5 personas () Más de 5 personas ()

14. ¿Con qué frecuencia le gustaría visitar este lugar?

Anualmente () Mensualmente () Semanalmente ()

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente por día y por persona por la prestación de servicios en el Centro Ecoturístico?

\$5 - \$15 () \$16 - \$26 () \$27 - \$37 () \$38 - \$48 () \$48 o más ()

16. ¿Cuándo viaja lo hace a través de?

Agencias de viaje () Independientemente ()

17. ¿Qué medios de información utiliza para informarse?

Radio () Internet () Recomendación de amigos ()
Televisión () Prensa () Libros o revistas turísticos ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 2: Modelo de la encuesta realizada a turistas extranjeros.

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO



Dear tourist: This poll aims to determine the degree of acceptance of the implementation of an Ecotourism Center in the Canton Joya de los Sachas, Orellana province. Please answer honestly, thanks.

1. Age:

Less than 18 () 18 to 29 () 30 to 49 () 50 to 59 () 60 onwards ()

2. Gender: Male () Female ()

3. Hometown: (Canton Province, Country).....

4. Level of education:

Primary () Secondary () Undergraduate () Graduate () Doctorate ()

5. Occupation:

Professional () Student () Other () What?

6. How many days would be willing to visit the Province of Orellana?

1 day () 2 to 3 days () More than three days ()

7. What is your motivation for the trip?

Holidays () Visit family and / friends () Business / Job () Congress/ convention ()
 Culture / communities () Other () What?

8. Do you know the Canton Joya de los Sachas?

Yes () No ()

9. Would you like that in the Canton Joya de los Sachas including an ecotourism center hosting is implemented?

Yes () No ()

If your answer is yes, answer the following questions.

10. What services would you like to offer the ecotourism center?

Food ☐ Recreation area ☐

Environmental interpretation ☐ Guidance ☐

11. What activities would you like to include the Ecological Center?

Organic garden ☐ Hiking ☐ Flora and fauna ☐

Sport Fishing ☐ En waterfalls ☐ Cycling ☐

12. What food would he like him to offer the Ecological Center?

Typical ☐ National ☐ International ☐ Vegetarian ☐ All the previous ones ☐

13. With how many people would it be willing to visit the Ecological Center?

Single ☐ 2 at 3 ☐ 3 at 5 ☐ More tan 5 people ☐

14. Whit what frequency would he like to visit this place?

Annually ☐ Monthly ☐ Weekly ☐

15. How much would it be willing to spend approximately per day and for person for the benefit of services in the Ecological Center?

\$5 - \$15 () \$16 - \$26 () \$27 - \$37 () \$38 - \$48 () \$48 or more ()

16. When does it travel the you makes through?

Travel Agency () Independent ()

17. What media does it usually use to be informed?

Radio () Internet () Recommendation of friends ()

Television () It presses () Travel books and magazines ()

THANKS FOR YOUR HELP!

ANEXO 3: Receta para el menú de alimentación.

1. Desayuno

Desayuno continental

Receta 1			
Desayuno continental	Cantidad	Unidad	Costo
Leche	1	Taza	0,25
Café	1	Cucharada	0,15
Huevos	1	Unidad	0,18
Pan	1	Unidad	0,15
Queso	1	Rodaja	0,65
Mermelada	10	Gr	0,08
Mantequilla	10	Gr	0,08
Azúcar	1	Cucharada	0,02
Tocino	1	Unidad	0,30
Costo total			1,86
Utilidad (10%)			0,18
I.V.A. (12%)			0,22
Costo de venta			2,26

Desayuno ecuatoriano 1

Receta 2			
Desayuno ecuatoriano 1	Cantidad	Unidad	Costo
Leche	1	Taza	0,25
Café	1	Cucharada	0,10
Huevos	1	Unidad	0,18
Pan	1	Unidad	0,15
Mermelada	10	Gr.	0,08
Azúcar	1	Cucharada	0,02
Bolón de verde	1	Unidad	0,50
Costo total			1,28
Utilidad (10%)			0,12
I.V.A. (12%)			0,15
Costo de venta			1,55

Desayuno ecuatoriano 2

Receta 3			
Desayuno ecuatoriano 2	Cantidad	Unidad	Costo
Leche	1	Taza	0,25
Café	1	Cucharada	0,15
Huevos	1	Unidad	0,18
Pan	1	Unidad	0,15
Mermelada	10	Gr.	0,08
Azúcar	1	Cucharada	0,02
Seco de pollo	1	Unidad	1
Costo total			1,83
Utilidad (10%)			0,18
I.V.A. (12%)			0,21
Costo de venta			2,22

2. Sopas**Sopa de Quinua.**

Nombre de la receta: Sopa de Quinua.					
Receta 4		N° de porciones: 4		Peso por porción: 195gr.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
30	gr.	Quinua	Remojada	0,20	0,20
200	ml.	Leche	-	0,12	0,12
15	gr.	Apio	Brunoise	0,05	0,05
50	gr.	Col	Macedonia	0,15	0,15
30	gr.	Zanahoria	Brunoise	0,05	0,05
15	gr.	Culantro	Brunoise	0,05	0,05
10	gr.	Perejil	Brunoise	0,05	0,05
200	gr.	papas	Parmetier	0,20	0,20
200	ml.	Fondo de costilla	-	0,75	0,75
30	ml.	Refrito	-	0,15	0,50
Costo total				2,12	
Utilidad (10%)				0,21	
I.V.A. (12%)				0,25	
Costo de venta				2,58	

Locro de espinaca.

Nombre receta: Locro de espinaca.					
Receta 5		N° de porciones: 4		Peso por porción: 112 gr.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
50	Gr.	Espinaca	Juliana y salteada	0,25	0,25
200	ml.	Locro base	-	0,75	0,75
200	ml.	Leche	-	0,15	0,15
				Costo total	1,15
				Utilidad (10%)	0,11
				I.V.A. (12%)	0,14
				Costo de venta	1,40

Sancocho de pescado.

Nombre receta: Sancocho de pescado.					
Receta 6		N° de porciones: 8		Peso por porción: 320.6 gr.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
1000	ml.	Agua	Hervir	-	-
500	ml.	Foumet de pescado	Agregar	3,00	3,00
500	gr.	Pescado	Desmenuzado	1,60	1,60
10	gr.	Refrito	-	0,10	0,10
150	gr.	Yuca	Cubos	1,50	1,50
150	gr.	Zanahoria	Dados	0,75	0,75
150	gr.	Verde	Dados	1,00	1,00
60	gr.	Arveja	Cocinar, agregar	0,50	0,50
15	gr.	Culantro	Picar	0,10	0,10
15	gr.	Perejil	Picar	0,10	0,10
5	gr.	Sal	Al gusto	0,05	0,05
5	gr.	Comino	Al gusto	0,05	0,05
5	gr.	Pimienta	Al gusto	0,05	0,05
				Costo total	8,80
				Utilidad (10%)	0,88
				I.V.A. (12%)	1,06
				Costo de venta	10,74

Sancocho de carne.

Nombre receta: Sancocho de carne.					
Receta 7		N° de porciones: 8		Peso por porción: 395.6 gr.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
1000	ml.	Agua	Hervir	-	-
500	ml.	Fondo de costilla	Agregar	1,50	1,50
1000	gr.	Costilla de res	Cortar	3,50	3,50
10	gr.	Refrito	Agregar	0,10	0,10
150	gr.	Yuca	Cubos	1,50	1,50
150	gr.	Zanahoria	Dados	0,75	0,75
150	gr.	Verde	Dados	1,00	1,00
60	gr.	Arveja	Cocinar, agregar	0,50	0,50
15	gr.	Culantro	Picar	0,10	0,10
15	gr.	Perejil	Picar	0,10	0,10
5	gr.	Sal	Al gusto	0,05	0,05
5	gr.	Comino	Al gusto	0,05	0,05
5	gr.	Pimienta	Al gusto	0,05	0,05
4	Unidad	Choclo	Partir	0,20	0,80
				Costo total	10,00
				Utilidad (10%)	1,00
				I.V.A. (12%)	1,20
				Costo de venta	12,20

3. Platos fuertes**Seco de pollo.**

Nombre receta: Seco de pollo.					
Receta 8		N° de porciones: 5		Peso por porción: 553 gr.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
3	lb.	Pollo	Despresar	1,50	4,50
10	gr.	Refrito		0,10	0,10
1	unidad	Ají	Agregar	0,05	0,05
250	ml.	Cerveza	Agregar	0,75	0,75
5	gr.	Sal	Al gusto	0,05	0,05
5	gr.	Comino	Al gusto	0,05	0,05
2	gr.	Naranjilla	Licuar	0,10	0,20
2	lb.	Arroz		0,35	0,70
20	gr.	Lechuga		0,15	0,15
5	Unidad	Tomate	Media luna	0,15	0,75
10	unidad	Papas	Torneadas Fondant	0,05	0,50
				Costo total	7,80
				Utilidad (10%)	0,78
				I.V.A. (12%)	0,94
				Costo de venta	9,52

Cebiche de pescado.

Nombre receta: Cebiche de pescado.					
Receta 9		N° de porciones: 4		Peso por porción: 257,5 gr.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
500	gr.	Picudo	Dados	1,25	1,25
30	gr.	Limón sutil	Zumo	0,30	0,30
1	rama	Apio	Brunoise	0,05	0,05
2	dientes	Ajo	Brunoise	0,03	0,03
50	gr.	Cebolla blanca	Brunoise	0,10	0,10
30	gr.	Cilantro	Brunoise	0,10	0,10
20	ml.	Aceite		0,12	0,12
200	gr.	Zumo de limón	Zumo	1,00	1,00
80	gr.	Tomate riñón	Concasse	0,15	0,15
200	gr.	Foumet		2,90	2,90
1	guarnición			0,30	0,30
				Costo total	6,30
				Utilidad (10%)	0,63
				I.V.A. (12%)	0,76
				Costo de venta	7,69

Cebiche de camarón.

Nombre receta: Cebiche de camarón.					
Receta 10		N° de porciones: 4		Peso por porción: 237,5 gr.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
500	gr.	Camarón	Entero	3,85	3,85
1	Rama	Apio	Brunoise	0,05	0,05
2	Dientes	Ajo	Brunoise	0,03	0,03
250	ml.	Zumo de naranja	Zumo	0,75	0,75
20	ml.	Zumo de limón	Zumo	0,25	0,25
50	gr.	Tomate de riñón	Concasse	0,10	0,10
20	ml.	Aceite		0,12	0,12
5	gr.	Cilantro	Brunoise	0,05	0,05
60	gr.	Salsa de tomate		0,25	0,25
40	ml.	Zumo de limón sutil		0,40	0,40
1	guarnición			0,30	0,30
				Costo total	6,15
				Utilidad (10%)	0,61
				I.V.A (12%)	0,74
				Costo de venta	7,50

Tallarines con albóndigas.

Nombre receta: Tallarines con albóndigas.					
Receta 11		N° de porciones: 8		Peso por porción: 237,5 gr.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
1	Unidad	Tallarín	Hervir	7,80	7,80
1	lb.	Carne de res Molida con grasa	Formar las albóndigas	3,85	3,85
3	unidad	huevos	-	0,13	0,39
5	gr.	sal	Al gusto	0,05	0,05
5	gr.	pimienta	Al gusto	0,05	0,05
3	Unidad	cebolla perla	Cuadros	0,10	0,30
6	dientes	Ajo	Brunoise	0,05	0,30
1	rama	apio	Brunoise	0,05	0,05
1	unidad	zanahoria	Cubos	0,10	0,10
10	unidad	tomate riñón	Cubos	0,10	1,00
1	hoja	c/n laurel	-	0,05	0,05
3	gr.	c/n orégano	Al gusto	0,05	0,05
				Costo total	13,99
				Utilidad (10%)	1,39
				I.V.A. (12%)	1,68
				Costo de venta	17,06

Maito de tilapia.

Nombre receta: Maito de pescado.					
Receta 12		N° de porciones: 1		Peso por porción: - gr.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
1	Unidad	Tilapia entera	Hervir	2,00	2,00
1	dientes	Ajo	Brunoise	0,05	0,05
5	gr.	sal	Al gusto	0,05	0,05
1	gr.	Limón	Zumo	0,05	0,05
1	Unidad	Cebolla blanca	Picar	0,05	0,05
1	Unidad	Hoja de bijao o de platanillo	-	-	-
1/2	Unidad	Yuca	-	0,15	0,15
1	Unidad	Plátano	-	0,10	0,10
1	Porción	Curtido (cebolla y tomate)	-	0,24	0,25
				Costo total	2,70
				Utilidad (10%)	0,27
				I.V.A. (12%)	0,32
				Costo de venta	3,29

4. Comida vegetariana

Paella de verduras.

Nombre receta: Paella de verduras.					
Receta 13		N° de porciones: 1		Peso por porción: - gr.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
1/4	Lb.	Arroz	cocinar	0,15	0,15
1	dientes	Ajo	Brunoise	0,05	0,05
5	gr.	sal	Al gusto	0,05	0,05
1	Unidad	Pimiento rojo y verde	Cortar en tiras	0,10	0,10
1	Unidad	Tomate	Dados	0,05	0,05
1	unidad	Zanahoria	Cortar en tiras	0,05	0,05
1	unidad	Brócoli	Troceado al gusto	0,15	0,15
5	gr.	Aceite de achiote	Al gusto	0,25	0,25
				Costo total	0,85
				Utilidad (10%)	0,08
				I.V.A. (12%)	0,10
				Costo de venta	1,03

Risotto con champiñones.

Nombre receta: Risotto con champiñones.					
Receta 14		N° de porciones: 2		Peso por porción: - gr.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
250	gr.	Champiñones	cocinar	1,50	1,50
100	ml.	Vino Blanco	-	1,00	1,00
1	unidad	cebolla	Dados	0,10	0,10
50	ml.	Aceite de oliva	-	0,25	0,25
1	lb.	Arroz	Cocinar	0,60	0,60
10	gr.	Sal + pimienta	Al gusto	0,10	0,10
				Costo total	3,55
				Utilidad (10%)	0,35
				I.V.A. (12%)	0,43
				Costo de venta	4,33

5. Bebidas

Batido de banano y frutilla.

Nombre receta: Batido de banano y frutilla.					
Receta 15		N° de porciones: 1		Peso por porción: 300 ml.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
1/2	u	Banano	Licuar	0,05	0,05
20	gr	Frutillas	Licuar	0,10	0,10
110	ml	Leche	Licuar	0,28	0,28
15	gr	Azúcar	Licuar	0,06	0,06
				Costo total	0,49
				Utilidad (10%)	0,04
				I.V.A. (12%)	0,05
				Costo de venta	0,58

Smoothie de piña y papaya.

Nombre receta: Smoothie de piña y papaya.					
Receta 16		N° de porciones: 1		Peso por porción: 300 ml.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
400	Gr	Piña	Licuar	0,11	0,11
20	Gr	Papaya	Licuar	0,08	0,08
100	Ml	Leche	Licuar	0,09	0,09
10	gr	Azúcar	Licuar	0,04	0,04
				Costo total	0,32
				Utilidad (10%)	0,03
				I.V.A. (12%)	0,04
				Costo de venta	0,39

Granizado cítrico.

Nombre receta: Granizado cítrico.					
Receta 17		N° de porciones: 1		Peso por porción: 300 ml.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
50	ml	Jugo de naranja	Mezclar	0,12	0,12
30	ml	Jugo de limón	Mezclar	0,09	0,09
40	ml	Jugo de mandarina	Mezclar	0,11	0,11
8	u	Hielo	Licuar	0,10	0,10
20	gr	Azúcar	Licuar	0,08	0,08
				Costo total	0,50
				Utilidad (10%)	0,05
				I.V.A. (12%)	0,06
				Costo de venta	0,61

6. Postres

Crêpe Suzette cítrico.

Nombre receta: Crêpe Suzette cítrico.					
Receta 18		N° de porciones: 5		Peso por porción: 240 gr.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
350	gr.	Harina	Tamizar e incorporar	0,55	0,42
5	u	Huevos	Batir	0,11	0,55
750	ml	Leche	Incorporar	0,75	0,56
10	gr	Sal	Incorporar	0,74	0,004
300	gr	Naranja	Suprema	0,25	0,19
200	ml	Jugo de limón	Salsa	0,40	0,27
200	ml	Jugo de naranja	Salsa	0,25	0,13
50	gr	Yerbabuena	Salsa y decoración	0,10	0,05
50	gr	Ralladura de naranja	Salsa	0,25	0,03
200	ml	Grand Marnier	Salsa	4,50	1,20
400	gr	Azúcar	Salsa	0,50	0,20
200	Gr	Bocha de helado	Acompañar	2,25	0,45
				Costo total	4,05
				Utilidad (10%)	0,40
				I.V.A. (12%)	0,49
				Costo de venta	4,94

Tres leches de chocolate.

Nombre receta: Tres leches de chocolate.					
Receta 19		N° de porciones: 5		Peso por porción: 260 gr.	
Cantidad	Unidad	Ingredientes	Procedimiento	Costo U.	Costo T.
200	gr	Harina	Tamizar e incorporar	0,55	0,24
5	u	Huevos	Batir	0,11	0,55
180	ml	Azúcar	Incorporar	0,50	0,20
200	gr	Chocolate semiamargo	Fundir	4,25	0,85
300	gr	Cocoa amarga	Tamizar e incorporar	0,80	0,53
500	gr	Crema de leche	Montar y decorar	2,45	1,23
100	gr	Frutillas	Decorar	1,00	0,22
14	gr	Yerbabuena	Decorar	0,30	0,05
400	gr	Azúcar	Salsa	0,50	0,20
				Costo total	4,07
				Utilidad (10%)	0,40
				I.V.A. (12%)	0,49
				Costo de venta	4,96

ANEXO 4. Diseño de señalética.

Diseño de señalética.

N°	Tipo				Contenido	Diseño
	Direccionales	Identificativas	Interpretativas	Restrictivas		
	X				Señal de aproximación del Centro Ecoturístico Sacha Kawsay.	<p>The diagram shows a brown rectangular sign with a white border. Inside, the text 'Centro Ecoturístico Sacha Kawsay' is written in white, with a white arrow pointing left and '3 km' below it. The sign is mounted on two vertical poles. Dimensions are indicated: the sign is 600mm high and 2.40 m wide. The poles are 2,20m high. The base of the poles is 2.40 m wide.</p>
		X			Señal que indica que ahí se encuentra el huerto ecológico.	<p>The diagram shows a square brown sign with a white border. Inside, there is a white illustration of a tree and plants. The sign is mounted on a single vertical pole. Dimensions are indicated: the sign is 600mm wide and 600mm high. The pole is 2.00m high. The base of the pole is 500mm wide.</p>

		X		Señal que indica el sendero que se debe utilizar.	<p>Diagram showing a brown square sign with a white walking figure, indicating a path. The sign is 600mm wide and 600mm high. It is mounted on a pole that is 2.00m above the ground. The pole is 500mm thick at the base.</p>
		X		Señal que indica la actividad de pesca deportiva.	<p>Diagram showing a blue square sign with a white fishing rod and fish, indicating sport fishing. The sign is 600mm wide and 600mm high. It is mounted on a pole that is 2.00m above the ground. The pole is 500mm thick at the base.</p>
		X		Señal que indica los juegos infantiles.	<p>Diagram showing a blue square sign with a white figure of a child playing on a swing, indicating children's games. The sign is 600mm wide and 600mm high. It is mounted on a pole that is 2.00m above the ground. The pole is 500mm thick at the base.</p>

			X	Señal que indica no votar basura.	<p>Diagram illustrating the dimensions of the 'No Littering' sign (Señal que indica no votar basura). The sign is a blue square with a white border, containing a white trash can icon with a red circle and slash over it. The sign dimensions are 600mm by 600mm. It is mounted on a pole 2.00m above the ground. The pole is 500mm thick at the base.</p>
			X	Señal que indica no recolectar flora y fauna.	<p>Diagram illustrating the dimensions of the 'No Collecting Flora and Fauna' sign (Señal que indica no recolectar flora y fauna). The sign is a blue square with a white border, containing a white icon of a hand holding a plant with a red circle and slash over it. The sign dimensions are 600mm by 600mm. It is mounted on a pole 2.00m above the ground. The pole is 500mm thick at the base.</p>

Fuente: Investigación secundaria.